

## MASTER IN CULTUURMANAGEMENT

### OVERZICHTSLIJST SCRIPTIES 1999 – nu

#### Academiejaar 2019-2020

|  |                                |
|--|--------------------------------|
| Optimalisering van de positionering en de organisatie van Antwerp Symphony Orchestra's opMaatorkest  | Antwerp Symphony Orchestra     |
| Verduurzamen als luxe modemerken<br>Een analyse van de mogelijkheden in duurzame businessmodel innovaties voor kleine luxe modemerken  | AF Vandevorst                  |
| Een exploratief onderzoek naar publiek en imago van het muziektheaterfestival Opera21  | deSingel                       |
| Kritische succesfactoren voor independent designer Raf Simons op de Chinese markt: een exploratief en kwalitatief onderzoek - <b>Vertrouwelijk</b>   | Detlef                         |
| KJV-PLUS: Onderzoek naar de motivaties en behoeftes van groep 5 en 6 van de Kinder- en Jeugdjury   | Iedereen Leest                 |
| "We bouwen aan het museum, samen met iedereen." Over hoe musea in Vlaanderen participatie structureel integreren binnen hun werking.   | Faro                           |
| "Wat zijn mogelijk inclusieve communicatiestrategieën- en campagnes rond immaterieel cultureel erfgoed; op welke wijze kan een intermediaire erfgoedorganisatie breed communiceren in een omgeving gekenmerkt door diversiteit." | Werkplaats Immaterieel Erfgoed |
| JazzLab als potentiële compagnon de route voor jazzstudenten in duurzame carrièrevorming   | Jazzlab                        |
| Het ontwikkelen van een loonsystematiek in het kader van talent management voor Bozar  | Bozar                          |
| De potentiële plaats van culturele democratie in het Vlaamse kunstenbeleid   | Departement CJM                |
| Digitale branding bij DIVA<br>Hoe het merk DIVA kan worden opgebouwd   | DIVA                           |
| Verjonging in de besturen van amateurtheatergezelschappen: valkuilen en succesfactoren.  | OPENDOEK                       |
| Op welke manier kan Arenberg een culturele beleving aanbieden aan een jong en divers publiek in de grootstedelijke realiteit van Antwerpen? Een verkennend onderzoek.  | Arenberg                       |
| "Wat schuift dat?" – een museumbezoek<br>Studie naar het prijzenbeleid binnen het Vlaamse museumlandschap met een sterke focus rond de casestudy M Leuven  | Museum M                       |
| De 'juiste' positionering voor het vegan footwear label Rombaut  | Rombaut                        |
| De muzikale entrepreneur<br>Een onderzoek naar de drijfveren en denkprocessen bij DIY-muziekproductie  |                                |
| Implementing entrepreneurship training in higher music Education from an international comparative perspective   | AEC                            |

|   |                                |
|---|--------------------------------|
| Technologisch denken binnen het businessmodel van Consouling Sounds   | Consouling                     |
| Kan het National Museum of History meer bezoekers aantrekken ? Een vergelijking met de aanpak van andere musea  | NMH Taipei                     |
| Meerstemmigheid in de museale sector: de zoektocht naar culturele diversiteit binnen het Middelheimmuseum   | Middelheim                     |
| Op zoek naar een benchmark voor stadsmusea in Europa  | Stadsmusea Gent                |
| DE WISSELWERKING TUSSEN DE NODEN EN VERWACHTINGEN VAN MUZIKANTEN EN MUZIEKWEDSTRIJDEN:<br>EEN PRAKTISCHE TOEPASSING OP DE BELOFTEN EN SOUND TRACK   | Sound Track                    |
| An analysis of alternative financing strategies for Publics art curatorial program  | Publics Finland                |
| Cultuur + psychiatrie + zingeving = ?<br>Rollen voor een lokale, culturele instelling   | Cinema Plaza                   |
| ANALYSE VAN DE RAF SIMONS E-SHOP<br>Kwantitatieve analyse van de Raf Simons webshop met gegevens uit Google Analytics<br>- <b>Vertrouwelijk</b>   | Detlef                         |
| MUSEUMSHOP KMSKA<br>De online museumshop en haar aanbod: Wat is de meerwaarde van een online aanbod voor de museumshop van het KMSKA?   | KMSKA                          |
| Hoe kan de participatiegraad van educatie worden verhoogd?<br>De Kinderfaculteit: een casestudie  | Kinderfaculteit                |
| Fair Practice. Tussen het ideaal en de praktijk<br>Eerlijke verloning bij podiumkunstenorganisaties in Vlaanderen en Brussel  | Kunstenpunt                    |
| De invloed van de lokale context: een onderzoek naar kritische succesfactoren voor wereldfilmfestivals met meerdere geografisch gespreide vertoningslocaties  | MOOOV                          |
| VICTORIA DELUXE<br>OPTIMALISERING VAN PROJECTCOMMUNICATIE   | Victoria Deluxe                |
| Stakeholdermanagement in de culturele sector:<br>co-governance tussen De Republiek en de Stad Brugge<br>Kwalitatief onderzoek naar een alternatieve relatie tussen het beleid en culturele organisaties | De Republiek                   |
| Partnerships: State of the Art<br>Een onderzoek naar de huidige betekenis van partnerships in de culturele sector in Nederland,<br>toegesplitst op de partnershipwerking van TivoliVredenburg           | TivoliVredenburg               |
| De invloed van platenlabels op<br>airplay en streaming  | Poppunt                        |
| sCan&Do: onderzoek naar de rol van<br>etnische- en culturele diversiteit op de<br>werkvloer van Vlaamse<br>podiumkunstenorganisaties  | Sociaal Fonds<br>Podiumkunsten |
| Kwantitatief onderzoek naar de intentie van studenten in Gent om naar Film Fest Gent te gaan  | Film Fest Gent                 |
| Expertise en motivatie<br>Een vergelijkend benchmarkonderzoek tussen de Vlaamse Unesco Commissie en andere, kleine West-Europese nationale Unesco commissies.   | Vlaamse Unesco<br>Commissie    |
| Toegang tot cultuur<br>Een onderzoek naar toegankelijkheid voor blinde en slechthorende personen in Handelsbeurs Concertzaal  | Handelsbeurs                   |

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| Een kwantitatief onderzoek naar de optimale marketing strategie voor de e-shop van Raf Simons - <b>Vertrouwelijk</b>   | Detlef                      |
| Onderzoek naar het loyaliteitsprogramma van Kunstmin   | Kunstmin                    |
| Hoe fair zijn de hedendaagse beeldende kunstorganisaties?<br>Verkennend kwalitatief onderzoek naar de verloning van kunstenaars en freelance curatoren   | Kunstenpunt                 |
| Waardevorming van kunst in het veilingwezen<br>Een casestudy naar het consumentengedrag en de waardebeoordeling van klanten bij veilinghuis Bernaerts op de ongereguleerde markt van het kunstveilingwezen | Veilinghuis Bernaerts       |
| SHOULD I STAY OR SHOULD I GO<br>Onderzoek naar de motivatoren voor een duurzame loopbaan voor vrouwelijke podiumkunstenaars in de mid-career   | Sociaal Fonds Podiumkunsten |
| Een onderzoek naar educatie in Cultuurmanagement op masterniveau in Europa   | ENCATC                      |
| THE POSITIONING STRATEGY OF A CULTURAL EVENT PLATFORM ENTERING THE B2B MARKET<br>A multiple-case study on best practices for creative business innovation - <b>Vertrouwelijk</b>                           | Cultcheers                  |
| Waarom komen mensen naar Zomer van Antwerpen? De terugkeerintentie van de bezoekers in kaart gebracht  | Zomer van Antwerpen         |
| Hoe maakt u het?<br>Een onderzoek naar de succesfactoren van makerspaces gelegen in nevelsteden.   | CC Bornem                   |
| Klantloyaliteit en customer journey in hetpaleis   | hetpaleis                   |
| Over strategie en concurrentie<br>Een case study over het positioneringsvraagstuk binnen de Vlaamse cultuur- en gemeenschapscentra   | GC De Wildeman              |
| Vriendschapscultuur in een groeiende cultuurorganisatie. Casestudie naar de duurzaamheid van een flexibel beleid in Het Bos  | Het Bos                     |
| It don't mean a thing if you can't sell that swing: een financiële analyse van het hedendaagse jazzorkest en de optimalisatie van ticket- en albumverkoop  | Q-Some Big Band             |
| (Hoe) Kunnen hedendaagse kunstmusea een esthetische ervaring stimuleren via een alternatieve informatie-overdracht?  | Muhka                       |
| De "School of Commons" onder de loep: een analyse van hoe "commons-proof" het open aanbod is, en meer bepaald de ontwikkelde patroontaal en de geselecteerde tools en methodieken                          | Timelab                     |
| De intentie tot aansluiting bij De FilmClub en de daaruitvolgende tevredenheid vanuit het perspectief van de begeleiders   | JEF                         |
| Verloningsmogelijkheden in een internationale context. Een onderzoek voor het kunst- en muziekfestival Waking Life   | Waking Life                 |
| De toekomst van fysieke winkels in de high end fashion industry<br>Casestudy: Raf Simons   | Detlef                      |
| De optimalisatie van de technische productieplanning bij Kunsthuis Opera Ballet Vlaanderen   | Opera Ballet Vlaanderen     |
| Kwalitatief onderzoek naar de positie van de acteur en actrice in de Vlaamse audiovisuele sector   | Capture                     |

## Academiejaar 2018-2019

|   |  |
|---|--|
| Op welke manier kan een webshop bijdragen aan het succes van een onderneming? Een casestudy voor SCOOP store  | SCOOP store                                  |
| Universiteitscollecties in Vlaanderen: het collectiebeleid hedendaagse kunst aan vier universiteiten<br>Van een diepgaande analyse en historische contextualisering naar de aanzet tot een beleid aan de Universiteit Antwerpen | FARO. Vlaams steunpunt cultureel erfgoed vzw |
| Strategisch advies bij het bepalen en optimaliseren van de KPI's bij cruciale touchpoints in de customer journeys van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen   | Museum voor Schone Kunsten Antwerpen         |
| Een onderzoek naar de succesfactoren van een design thinking organisatiecultuur - <b>Vertrouwelijk</b>  | Yellow Window                                |
| Is 'the crowd' te overtuigen? Een onderzoek over de mogelijkheden voor het MAS om aan crowdfunding te doen.   | MAS  |
| Op de juiste toon kan veel gezegd worden. Een onderzoek naar een vorm van prestatie- en competentie management bij artistieke profielen   | Opera Ballet Vlaanderen                      |
| Beter een goede buur dan een verre vriend. Een onderzoek naar de succesfactoren en strategische voordelen van co-locatie binnen de creatieve industrieën.   | Zomer van Antwerpen                          |
| Toegang tot cultuur<br>Een toegankelijkheids traject voor het Modemuseum Antwerpen  | Modemuseum Antwerpen                         |
| "Beautiful but creepy, she looked alive". Doel en effectiviteit van digitale apparatuur in Museum Plantin-Moretus met betrekking tot de bezoekerservaring.  | Museum Plantin-Moretus                       |
| Leiderschap binnen de podiumkunsten. Een kwalitatief onderzoek naar de impact van de nieuwe economie op het leiderschap binnen BRONKS - theater voor jong publiek   | Theater BRONKS                               |
| Talentmanagement. Een alternatieve vorm van ondersteuning voor de kunstenaar. - <b>Vertrouwelijk</b>  | Selected by                                  |
| Wat zijn strategieën voor een kleinschalig onafhankelijk modelabel om een brand op te bouwen?   | Nona Handbags                                |
| De connectie tussen nieuwkomers en actieve kunstparticipatie<br>Een kwalitatief onderzoek naar het functieprofiel van een tussenorganisatie   | Fameus                                       |
| Welke antecedenten hebben invloed op lange termijn relaties met retailers: case Lies Mertens  | Lies Mertens                                 |
| Cargo Mas<br>Een onderzoek naar het profileren van een artiest in een democratisch muzieklandschap - <b>Vertrouwelijk</b>   | Sam Vloemans                                 |
| Hoe vervullen Vlaamse organisaties actief in de uitvoerende podiumkunsten hun btw-plicht? Een onderzoek naar de impact van btw in de Vlaamse uitvoerende podiumkunsten. - <b>Vertrouwelijk</b>                                  | Cultuurloket                                 |
| Een vriendenprogramma in Kunsthall Extra City   | Extra City                                   |
| De bezoeker als STUK-holder. Een publieksonderzoek bij kunstencentrum STUK  | Kunstencentrum STUK                          |
| CC Brugge aansluiten bij het toeristisch karakter in Brugge:<br>Hoe kan CC Brugge vanuit zijn merkidentiteit zijn toeristisch potentieel  | CC Brugge                                    |

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| vergroten?  |                               |
| Getting Generation Y to the theatre. Attempting to understand this generation better: Teatro Olympia and Teatre Talia's social media communication. | Olympiametropolitana Valencia |
| De stad als partner voor het business model van een stadsbioscoop.<br>Casestudy: Cinema Cartoon's<br><b>Vertrouwelijk</b>                           | Cinema Cartoon's              |
| Onderzoek naar de merkidentiteit en externe beeldvorming van stichting Cultuur Concreet   | Cultuur Concreet              |

### Academiejaar 2017-2018

|   |   |
|---|---|
| Toepassing van de dubbelbelastingverdragen in de pop- en rocksector.  | Gentlemergament   |
| Een onderzoek naar merkuitbreiding en het belang van de juiste partner hierin. Case: Detlef BVBA/Raf Simons.<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Detlef BVBA/Raf Simons  |
| Diversity and Inclusion in the Smithsonian Institution. The Diversity Advisory Councils in the National Museum of Natural History and the National Museum of American History   | Office of Smithsonian Organization and Audience Research (SOAR) |
| Werk aan vrijwilligers! Een innovatief model voor duurzame engagementen in vrijwilligersorganisaties in de erfgoedsector  | Bailleul Ontwerpbureau  |
| De media-impact en het publieksbereik van Antwerpse stadsdichters   | Antwerpen Boekenstad  |
| Het Letterenhuis: een publieksonderzoek   | Het Letterenhuis  |
| Classical art tweets. Een communicatie- en sociale mediaplan voor het Rubenanium.   | Rubenanium  |
| De oudste van 't Stad. Een kwantitatief onderzoek naar het publiek van cinema Cartoon's.  | Cinema Cartoon's  |
| Zit er muziek in een Netflix voor de podiumkunsten? Een onderzoek naar de noden rond kwalitatieve video- en tv-opnames in de (niet-)professionele muziek- en podiumkunstensector.                                     | Mixle bvba  |
| De betekenis van ondernemerschap in de kunsten. Een semantische analyse   | Kunstenpunt   |
| Informereren van Vlaamse ondernemers in de modesector. Het uitvoeren van een behoefteonderzoek naar de noden en wensen van Vlaamse ondernemers in de modesector op het gebied van informatie voor de bedrijfsvoering. | Flanders DC for Fashion   |
| Musical in Vlaamse cultuurcentra.<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Deep Bridge   |
| Een Customer Journey van het M HKA  | M HKA   |
| Ingaan op de dingen. Waardering, stakeholderbevraging en strategiebepaling van de collectie Jaap Kruithof bij het Museum aan de Stroom  | Museum aan de Stroom, MAS                                       |
| Social Impact Bonds. Een onderzoek naar de toepasbaarheid van het Social Impact Bond-concept in de Vlaamse cultuursector  | Sociale Innovatiefabriek  |
| The influence of new trends in the art world on the marketing mix (four p's) of art galleries. A business model for Art Number 23   | Art Number 23 (London)  |

|  |  |
|--|--|
| De faciliterende en belemmerende factoren van een nieuw business plan voor Festivaladvisor   | Festivaladvisor                              |
| Intangible Cultural Heritage. The Presence of ICH in European Universities   | ENCATC                                       |
| On means and ends: a design-based research on strategic management for development NGOs. The case of Padma.  | Padma (Peru)                                 |
| Houd ze te vriend. Een onderzoek naar een geoptimaliseerde werking van de Vrienden van het Stedelijk Museum Amsterdam: bekeken aan de hand van benchmarking en een tevredenheidsonderzoek.           | Stedelijk Museum Amsterdam                   |
| Hoe kan Christian Wijnants gezond evolueren naar een volgende levensfase op basis van zijn intrinsieke waarden, rekening houdend met de huidige trends in de mode-industrie?<br><b>Vertrouwelijk</b> | Christian Wijnants                           |
| Wat zijn de kansen en belemmeringen voor de opstart van een Young Board in Vooruit Gent?   | Kunstencentrum Vooruit                       |
| De visie en verwachten van het veld op wedstrijden binnen het amateurtheater.  | OPENDOEK                                     |
| Een onderzoek naar de drijfveren en drempels van KMO's om samen te werken met creatieve ondernemingen om hierdoor innovatie te bewerkstelligen   | Stad Antwerpen, dienst Business en Innovatie |
| Er is altijd ruimte voor verbetering. Een case study naar procesoptimalisatie bij Natlab door Plaza Futura   | Plaza Futura                                 |
| Spreiding en de cultuurcentra: de spreidingsstrategieën van De Roovers, FroeFroe, STAN, NTGent en Malpertuis   | Kunstenpunt                                  |
| Hoe kan een incubator proactief inspelen op de noden van jonge creatieve ondernemers in Antwerpen?   | Kavka vzw                                    |
| "Uw privacy is belangrijk voor ons". De implementatie van de Algemene Verordening Gegevensbescherming in culturele non-profitorganisaties met kunstencentrum nona als voorbeeldcasus.                | Kunstencentrum nona                          |
| Een samenwerkingsverband tussen de cultuur- en gemeenschapscentra in Klein-Brabant. Conclusies en aanbevelingen die een samenwerking kunnen bevorderen   | CC Ter Dilft Bornem                          |
| <i>Runway runaways</i> : wat zijn de percepties van de modesector ten aanzien van een alternatieve showvorm?   | A.F. Vandevorst                              |
| Een communicatieplan voor Cinema Cartoon's   | Cinema Cartoon's                             |
| Feesten in de stad: een noodzakelijk kwaad of een meerwaarde voor de stad? Een onderzoek naar de organisatie van het beleid van de Stad Antwerpen voor feesten en uitgaan                            | Jeugddienst Stad Antwerpen                   |
| Van modeontwerper tot kunstverzamelaar: een exploratieve studie naar de voor- en nadelen van het oprichten van een private stichting<br><b>Vertrouwelijk</b>   |  |
| Een bonus voor cultuur. Onderzoek naar studentenarbeid als hefboom voor de gesubsidieerde culturele sector in Vlaanderen.  | Gent Festival van Vlaanderen                 |
| Het communiceren van identiteit: Wie is Het Bos? Toegepast onderzoek naar een communicatiestrategie voor Het Bos   | Het Bos                                      |
| Wat zijn de ondersteuningsbehoeften van afgestudeerde fotografen aan de hogeschool of universiteit in Vlaanderen?  | BREEDBEELD                                   |
| Drivers, drempels en succesfactoren bij beginnende ondernemers in de podiumkunsten   | Cultuurloket                                 |

|   |   |
|---|---|
| Welke elementen bepalen mee het succes van een e-commerce website in het luxesegment?<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Wouters & Hendrix                             |
| Stedelijke creativiteit en beleid: een duale verhouding. Verkennend, kwalitatief onderzoek naar de relatie van het beleid met hybride, stedelijke cultuurorganisaties                               | Kunstenpunt                                   |
| Alternatieve muziek, alternatieve inkomsten? Over de financiële situatie van Vlaamse muzikanten in het alternatieve circuit en de impact hiervan op het creatie- en productieproces van hun muziek  | Bestov  |
| Is er literatuur in cultuur? Een exploratief onderzoek naar het leesbevorderingsaanbod van cultuur- en gemeenschapscentra   | Iedereen Leest                                |
| Een wereld van verschil. Exploratief onderzoek naar de aandacht voor culturele diversiteit met betrekking tot het publiek in het Vlaamse en Nederlandse cultuurbeleid en de klassieke muzieksector. | Raad voor Cultuur Nederland                   |
| Op weg naar een nieuwe communicatiestrategie: een communicatieplan voor de Algemene Afvaardiging van de Vlaamse regering in het Verenigd Koninkrijk en Ierland.<br><b>Vertrouwelijk</b>             | Algemene Afvaardiging van de Vlaamse Regering |
| Trending luxury. Een onderzoek naar het gebruik en bereik van Instagram door Wouters & Hendrix en enkele best practices bij andere juwelenmerken.   | Wouters & Hendrix                             |
| Leven van muziek. Over de financiële situatie van de muzikanten bij Rockoco.  | Rockoco                                       |
| Op welke wijze kan la fille d'O haar prijs(zetting) optimaliseren?<br><b>Vertrouwelijk</b>  | La fille d'O                                  |
| De invloed van de digitale wereld op de rol van de kunstexpert en zijn expertise. Casestudy: Veilinghuis Bernaerts  | Veilinghuis Bernaerts                         |
| Prijszetting en strategieën van de Museumstichting: een evaluatie en optimalisatie  | Museumstichting Antwerpen                     |

### Academiejaar 2016-2017

|  |                               |
|--|-------------------------------|
| Pop-rock around the clock. Een exploratief onderzoek naar de factoren die een cruciale rol spelen in de internationale doorbraak van Vlaams pop-rockartiesten.   | Kunstenpunt                   |
| Een onderzoek naar de uitbouw van een <i>food en beverage</i> aanbod voor de cultuurtoeristische site <i>Labiomista</i>  | Labiomista – Koen Vanmechelen |
| Let's get together. Over de meerwaarde van co-creatie tussen ondernemingen uit de creatieve sector en bedrijven uit de overige sectoren  | Stad Antwerpen                |
| Publieksonderzoek HETPALEIS. Drempels en customer journey  | HETPALEIS                     |
| Op het einde van de groei in een veranderende omgeving: praktijkcase Vooruit. Naar een innovatieve arbeidsorganisatie: een ontwerpgericht onderzoek  | Vooruit                       |
| "Wat zijn de belemmerende en succesvolle factoren bij de organisatie van een netwerkevenement voor KMO's en ondernemingen uit de creatieve sector?" Een onderzoek naar het organiseren van een geslaagd netwerkevent | Stad Antwerpen                |
| Hoe kan OPENDOEK inspelen op de noden van niet-traditionele amateurtheatergezelschappen?   | OPEN DOEK                     |
| Een kwaliteitsonderzoek van een culturele website. Case study bij Vlaamse kunstinstituut Vooruit   | Vooruit                       |
| De Chinese markt – drivers en drempels voor independent designers. Case study: Raf Simons  | Raf Simons                    |

|  |   |
|--|---|
| Vertrouwelijk  |   |
| JassLab Series: kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar het publiek, het imago en de efficiëntie en effectiviteit van de externe communicatie                                 | JazzLab Series                            |
| Op weg naar een nieuwe communicatiestrategie. De customer journey van de cultuur- en gemeenschapscentra van WACCO  | WACCO, Waas Cultuurcentra Overlegplatform |
| Het leesbevorderingsbeleid van het Vlaams Fonds voor de Letteren: een beleidsanalyse   | Vlaams Fonds voor de Letteren             |
| Een kostenanalyse en kostencalculatie voor ILKECOP. Onderzoek naar de financiële leefbaarheid van het modelabel  | ILKECOP                                   |
| Naar projectmatig werken in vijf akten. Een probleemoplossend onderzoek naar projectmatig werken binnen Nationale Opera & Ballet   | Nationale Opera & Ballet (Nederland)      |
| Wat de boer niet kunt kan hij ook niet vreten! Op welke manier kunnen major donors bij een cultureel crowdfundingplatform als <i>voordekunst</i> betrokken worden?               | Voordekunst.nl                            |
| Welke factoren leiden tot een succesvolle online community voor community managers en leden?   | Superserieus                              |
| Van barrière tot carrière. Invloed van carrièrefasen op gages en ticketprijzen van Belgische artiesten   | Poppunt                                   |
| Business models in small and medium-sized contemporary art galleries in Paris  | Triple V Paris                            |
| Beleving... Een nieuw hoofdstuk voor de bibliotheek? Een onderzoek naar de bibliotheekbeleving van Bibliotheek Tilburg Centrum   | Bibliotheek Tilburg Centrum               |
| Podiumaanbod en spreiding binnen het Vlaamse hedendaagse danslandschap   | Damaged Goods                             |
| 50 jaar De Zwarte Panter. Op zoek naar mogelijke gepaste strategieën voor de toekomst van de galerie. Een SWOT-analyse op basis van archiefmateriaal en interviews met experts   | Galerie De Zwarte Panter                  |
| “Voor auteurs, door auteurs”. Tevredenheidsonderzoek bij de leden van beheersvennootschap deAuteurs  | deAuteurs                                 |
| Antwerpse poppodia en subsidies. Een onderzoek naar de impact op de zakelijke en artistieke werking  | RedRocks                                  |
| Impactmeting bij Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen. Een ontwerpgericht onderzoek naar diepgaande methodes om niet-instrumentele impact van lokaal cultuurbeleid in kaart te brengen | Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen            |
| Donderslag bij heldere hemel. Een onderzoek naar de gemaakte managementkeuzes naar aanleiding van de structurele cultuurbesparingen 2015-2016 in het Kunstendecreet              | Overleg Kunstenorganisaties (oKo)         |
| Connecting creativity creatively or effectively? Hoe netwerkimtegratie bijdraagt aan het bevorderen van de netwerkeffectiviteit in het Districts of Creativity Network           | De Ambassade voor Creatieve Zaken         |
| Crossing Borders: Research on the implementation of schemes and measures for European independent film distribution  | Europa Distribution                       |
| Hoe verander ik van het huidige intuïtieve ondernemerschap naar strategisch ondernemerschap binnen mijn onderneming?   | Living Stories                            |
| Customer Journey in de Ancienne Belgique   | Ancienne Belgique                         |
| Haalbaarheidsstudie naar een bezoekerscentrum in Sint-Niklaas  | Sint-Niklaas dienst cultuur               |



|   |                                |
|---|--------------------------------|
| Samen staan we sterker!? Een analyse van de interne communicatie van internationaal tourende muziekproducties. Een casestudy bij PSE-Belgium  | PSE-Belgium                    |
| Rubensiaanse financiële mogelijkheden? Een aanzet tot en verkenning van de mogelijkheden voor (aanvullende) financiering voor het Antwerpse Rubenanium  | Rubenanium                     |
| De toepassing en impact van prijsdifferentiatie en –discriminatie in de Wase cultuur- en gemeenschapscentra   | Cultuurcentrum Sint-Niklaas    |
| Exploring the possibilities of additional financing instruments for Azkuna Zentroa  | Azkuna Zentroa (Bilbao, Spain) |
| Cashless payment: serving the stars better. Onderzoek naar cashless betalen bij Trix Antwerpen  | Trix                           |
| Gastvrijheid bij het MIAT en het Huis van Alijn. Een kwalitatieve voorstudie naar de stand van zaken met betrekking tot het hospitality management en het detecteren van drempels en knelpunten                         | MIAT/Huis van Alijn            |
| Ticketprijzetting bij amateurtheater in Vlaanderen en Brussel. Een analyse naar prijzettingmethoden binnen de verschillende provincies en Brussel   | OPENDOEK                       |
| Tax Shelter voor podiumwerken. Een haalbaarheidsstudie voor Theater Malpertuis  | Theater Malpertuis             |
| Filmvertoners over de grenzen heen. Een kwalitatieve studie naar het filmvertonerslandschap en filmvertonersbeleid in Franstalig België, Nederland, Frankrijk, Denemarken, het Verenigd Koninkrijk en Ierland           | Vlaams Audiovisueel Fonds      |
| Lokale netwerken als instrument voor een Vlaams leesbevorderingsbeleid. De lokale netwerkfuncties van de openbare bibliotheek in het kader van leesbevordering: een kwalitatieve analyse in opdracht van Iedereen Leest | Iedereen Leest                 |

### Academiejaar 2015-2016

|  |                            |
|--|----------------------------|
| Gedeeld leiderschap bij JEF? Een kwalitatief onderzoek naar voorwaarden  | Europees JeugdFilmFestival |
| JEF als nieuwe instelling in de jeugdfilmsector. Onderzoek naar mogelijke rollen van JEF binnen de sector.   | Europees JeugdFilmFestival |
| MOOOV in cyberspace?   | MOOOV                      |
| Binding of verbondenheid? Een onderzoek naar de ‘draden van verbinding’ tussen vrijwilligers en professionele medewerkers binnen het Davidsfonds-netwerk | Davidsfonds                |
| Creativiteit als sleutel voor innovatie. Een exploratief onderzoek naar de rol van faciliterende instellingen binnen een creatieve kruisbestuiving.      | Soul Suites                |
| Measuring customer satisfaction in the museum industry: Case study: National Air and Space Museum – Washington DC, USA                                   | Smithsonian Washington     |
| Een zoektocht naar een nieuwe verhouding tussen de artistieke en commerciële activiteiten van De Casino.   | De Casino                  |
| ATELIER NEERLANDAIS MET BELEID EN CREATIVITEIT<br>Vertrouwelijk  | Atelier Néerlandais        |

|  |   |
|--|---|
| An offer they can't refuse: how documentary film festivals can develop sustainable relations with young people. Resulting in recommendations for the Millenium International Documentary Film Festival | Millenium International Documentary Film Festival |
| Motivatie van cultuurmanagers versus subsidieafhankelijkheid. Een kwalitatief onderzoek naar de Vlaamse Artist-centered alternatieve managementbureaus voor podiumkunsten                              | Seventyseven vzw                                  |
| Get On The Right Track. Een explorerend onderzoek naar businessmodellen bij signed en unsigned bands.  | vzw Kollektiv Productions                         |
| Het Vlaamse Clubcircuit in cijfers. Een onderzoek naar de economische impact van de Vlaamse muziekclubs.   | 4AD   |
| DOLCI in Leeuwarden-Fryslân 2018: Mogelijkheden voor samenwerking tussen culturele instellingen in Leeuwarden tijdens en na 2018<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Tresoâr   |
| Het financieel management van amateurtheaters met eigen infrastructuur   | Forum voor Amateurkunsten                         |
| Een kwalitatief onderzoek naar de ervaringen van de gebruikers van de app Xplore Bruges  | TapisPlein  |
| Op zoek naar een duurzaam prijsbeleid voor Cultuurcentrum De Grote Post  | Cultuurcentrum De Grote Post                      |
| Prélude à la stratégie d'un ballet. De strategische evoluties van het Koninklijk Ballet van Vlaanderen (1987-2015)   | Kunsthuis Opera Ballet Vlaanderen                 |
| Hoe duurzaam netwerken? Een veldonderzoek naar het duurzame netwerkgedrag van creatieve ondernemers  | Kurt Vanbelleghem                                 |
| Een herpositionering van de vzw Vrienden van het Museum Platin-Moretus   | vzw Vrienden van het Museum Plantin Moretus       |
| Podium Power 2.0. Een praktijkgericht onderzoek naar de kritische succesfactoren van een online kennisplatform voor de sector culturele live events  | Amsterdam Creative Industries Network             |
| Co-creatiestrategieën voor de organisaties van het lokaal cultuurbeleid in de Digitale Week  | Locus / cultuurconnect                            |
| Vlaanderen labland. Een antwoord op het positioneringsvraagstuk van Timelab door middel van een landschapsschets van makersplaatsen in Vlaanderen en Brussel.  | Timelab   |
| Innovatie in het MIAT - Welke managementtechnieken bevorderen de innovatieve ontwerpen voor (tijdelijke) museumopstellingen?   | MIAT  |
| Afschaffing van de sectorale subsidies & samenwerken : Twee uitdagingen voor lokale Davidsfondsafdelingen?   | Davidsfonds                                       |
| Creating a new target audience for the Toronto LGBT Film Festival. A Qualitative Analysis of Engaged & Non-Engaged Participants  | InsideOut Toronto                                 |
| De makers en het publiek centraal! Een ontwerpgericht onderzoek naar co-creatie in HETPALEIS   | HETPALEIS   |
| Alternatief muziekmanagement, <i>what's in a name?</i> Een exploratief en ontwerpend onderzoek naar het takenpakket, de tijdsbesteding en kritische  | Maarten Quaghebeur                                |

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| succesfactoren bij alternatief muziekmanagement in Vlaanderen.  |                                     |
| Strategische besluitvorming binnen 'Zomer van Antwerpen'. Een onderzoek naar de invloed op afwegingen tussen kunst en economie.   | Zomer van Antwerpen                 |
| Unlocking the private library. Een verkennend onderzoek naar een innovatief platform voor boek- en kennisdelen<br>Vertrouwelijk   | Touch Time                          |
| Het hiaat tussen muziekopleidingen en het professionele veld. Hoe opleidingen meer kunnen bijdragen tot het gerichter vormen van jonge kunstenaars in functie van een duurzame carrière in een freelancegericht kunstenveld | Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten |
| Strategische planning in het Zeeuws Museum  | Zeeuws Museum                       |
| In balans bij sociale ondernemingen: een explorerend onderzoek naar spanningen bij het combineren van maatschappelijke en economische doelstellingen  | vzw Cultureghem                     |
| Socio-economische impact van Carpet of Life op haar medewerkers in de regio M'Hamid El Ghizlane   | Carpet of Life / Butterfly Works    |
| Effecten van de subsidiebesparingen na de financiële crisis voor de Vlaamse danssector  | Les Ballets C de la B               |
| innovatie wringt. Een onderzoek naar het draagvlak voor innovatie onder musici van het Rotterdams Philharmonisch Orkest   | Rotterdams Philharmonisch Orkest    |
| Hoe vrijwilligersmanagement kan bijdragen tot een passend vrijwilligersbeleid binnen de visie die het M HKA aandraagt   | M HKA                               |
| Customer Relationship Management & musea. Intern onderzoek naar de noden van het Fotomuseum Antwerpen.en extern onderzoek naar mogelijke good practises uit het culturele veld  | Fotomuseum                          |
| Kader ter ondersteuning van samenwerkingen met beginnende makers of gezelschappen. Kunstencentrum Vlaams Fruit als incubator in de podiumkunsten  | Vlaams Fruit                        |
| Tegemoetkomen aan een divers publiek: inclusiever cultuur beleven. Hoe kan Concertgebouw Brugge de cultuurparticipatie van personen met een verstandelijke beperking bevorderen   | Concertgebouw Brugge                |
| De immateriële waarde van de Boekenbeurs. Een exploratief mixed-method onderzoek  | Boek.be                             |
| #kraakoutthere – een onderzoek naar de internationale werking van KRAAK   | KRAAK                               |
| Customer Journey in Vlaamse musea   | Faro                                |
| De Europese exportstrategieën van NTGent. Onderzoek naar de optimalisatie van de huidige en potentiële verkoopcontacten en de daaruit volgende interne processen  | NTGent                              |
| Communiceren naar een jonger publiek Een kwalitatief onderzoek bij Het Theaterfestival Vlaanderen   | Theaterfestival                     |

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| Alternatieve financiering ter vervanging van subsidies. Een onderzoek voor een beginnend theatergezelschap.  | MAELSTROM                       |
| A path towards customer experience and customer engagement   | SummerWorks Festival            |
| Muziek zonder grenzen. Voor een beter Belgisch muzieklandschap   | Poppunt                         |
| When commerciality meets artistry A closer look at the challenges that face the financial policy of The Questors Theatre   | The Questors Theatre            |
| Een complementaire munt voor de cultuursector? Een model voor WILDEMANNEN WOESTEWIJVEN   | Kunstenpunt                     |
| SAMENWERKING TUSSEN ARTIEST EN BOEKINGSAGENT. Welk type overeenkomst is voor Belgische boekingsagenten het meest geschikt om een goede bescherming te genieten binnen de samenwerking met een artiest? | Kras Artists                    |
| Wie zit er (niet) in de zaal? Hoe kan Kultuurfactorij Monty haar doelpubliek verbreden?  | Kultuurfactorij Monty           |
| Wat betaal je ervoor? Een analyse van de wisselwerking tussen de intrinsieke en extrinsieke waarde van een modebedrijf en haar collecties  | Nona Jona                       |
| Customer Journey van de Ancienne Belgique  | Ancienne Belgique               |
| Een kosten- en prijsraming van een kledingcollectie gelanceerd door La Fille d'O<br>Vertrouwelijk  | La Fille d'O                    |
| Etnische diversiteit binnen de Vlaamse letteren. Een onderzoek naar de vertegenwoordiging van multiculturele schrijvers binnen de Vlaamse literaire sector.  | Vlaams Fonds voor de Letteren   |
| Het maken van een bezoekersenquête voor musea  | Subdirección Nacional de Museos |
| Coworking spaces: Exploring business model dynamics to improve profitability   | Hubud                           |
| Trendsetters of wereldverbeteraars? Duurzaamheid in het Vlaamse modeonderwijs: een analyse   | Flanders Fashion Institute      |
| Kritische succesfactoren voor het ontstaan en de werking van schoolkoren in het basisonderwijs in Vlaanderen   | Koor & Stem                     |
| Customer Relationship Management optimaliseren bij Kazerne Dossin  | Kazerne Dossin                  |
| Het VOD-aanbod in Vlaanderen, een vergelijkend onderzoek   | Caviar                          |
| Wat is de impact van freemium-technieken op de financiële situatie, de programmatie en het vrijwilligersmanagement van een festival: casestudy Sfinks Animatie vzw                                     | Sfinks Animatie vzw             |
| Ondernemend Onderwijs: Vervolgonderzoek naar ondernemingszin en ondernemerschap in het hoger kunstonderwijs en creatieve opleidingen in Vlaanderen   | CJSM                            |

|   |                         |
|---|-------------------------|
| De waarde van verbinding, samenwerking en uitbesteding bij Nederlandse theaters in een veranderende omgeving  | Hoogmerk Partners       |
| Cultuur-Onderwijs: Een toekomst of een illusie?   | CC Belgica Dendermonde  |
| Judas TheaterProducties vzw: een effectieve marketingstrategie voor een kleine tot middelgrote musicalorganisatie                                       | Judas TheaterProducties |
| Meereizen door M. Bezoekerscirculatie in het M-Museum Leuven aan de hand van een timing- en trackingstudie  | M-Museum                |
| “Bereikt Kavka de juiste bezoekers?": Een mixed method onderzoek naar de bezoekers van georganiseerde evenementen en de invulling van de marketingmix   | KAVKA                   |
| Ways to become less dependent on subsidies: The business model and the cost structure of European cultural network organisations A case study of ENCATC | ENCATC                  |
| Exploratief onderzoek naar de economische waarde van de Boekenbeurs   | Boek.be                 |

### Academiejaar 2014-2015

|  |  |
|--|--|
| Tussen onderwijs en erfgoed. Naar een duurzame aanpak voor het muziekerfgoed in de bibliotheek van het Koninklijk Conservatorium Antwerpen   | Koninklijk Conservatorium Antwerpen                            |
| Een kwantitatief publieks- en imago-onderzoek van Circuit X  | Circuit X  |
| Customer Relationship Management (CRM) binnen Creatief Schrijven vzw   | Creatief Schrijven vzw   |
| Ervaringen, knelpunten en succesfactoren van Europese subsidies voor de beeldende kunstensector  | Wiels Brussel  |
| De socio-economische waarde van immaterieel cultureel erfgoed in Vlaanderen ingeschreven op Unesco's Representatieve Lijst   | Vlaamse Unesco Commissie                                       |
| Een analyse van het Nederlandse overheidsbeleid voor de creatieve industrie  | Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (Nederland) |
| Een analyse van de strategische voor- en nadelen van een flagshipstore voor het modellabel Raf Simons. Een indicatie van de mogelijke financiële risico's.<br><b>Vertrouwelijk</b> | Raf Simons, Antwerpen  |
| Verbreding van de financieringsmogelijkheden voor Theater aan de Stroom  | Theater aan de Stroom (Antwerpen)                              |
| Het kasteel en park van Poeke. Mogelijkheden en beperkingen in en rond een beschermd monument  | Kasteeldomein Poeke (Aalter)                                   |
| Belgische modesamenwerkingen. Een kritisch onderzoek.  | Creamoda, Antwerpen  |
| Publieksonderzoek van het Zomerfilmcollege   | Vlaamse Dienst voor Filmcultuur (Brussel)                      |

|  |   |
|--|---|
| Wat na de provincies? Een onderzoek naar de verschillende scenario's bij een overheveling van provinciale instellingen<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Kabinet Minister Sven Gatz                |
| Muziekstreaming en de kansen voor Eskimo Recordings. Onderzoek naar het gebruik van afspeellijsten bij muziekmarketing op Spotify.   | Eskimo Recordings Gent                    |
| Publiek-private samenwerking in Brugge: combitickets Historium-Groeningemuseum<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Musea Brugge                              |
| Het Museale Mengpaneel: een wetenschappelijk ontwerpgericht onderzoek naar een veelzijdig managementtool   | FARO, Brussel                             |
| We're only in it for the money. Over de financiële situatie van de Vlaamse muzikant, dj en producer.   | Poppunt Brussel                           |
| Onderzoek naar de impact van de interne staatshervorming op een provinciaal kunstencentrum: casus Z33  | Z33, Hasselt                              |
| Een creatieve broedplaats in Brugge. Aanbevelingen voor de oprichting van een duurzaam project   | Tapis Plein Brugge                        |
| De impact van internationalisering op een culturele onderneming. Een case study van vzw Jazz en Muziek<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Jazz en Muziek vzw, Gent                  |
| Hoe kan een galerie met commerciële belangen als moreelbelanghebbende omgaan met het oeuvre van een overleden kunstenaar. Een onderzoek aan de hand van een casus van Office Baroque- Owen Land.<br><b>Vertrouwelijk</b> | Office Baroque, Brussel                   |
| Toepassing van dubbelbelastingverdragen in de dans: trial and error<br><b>Vertrouwelijk</b>  |   |
| Wat zijn de drijfveren van duurzaam consumentengedrag en hoe kan 'la fille d'O' hier doorheen haar communicatie op inspelen?   | la fille d'O, Gent                        |
| De naklank van subsidies: de economische impact van de podiumkunsten. Een casestudie op basis van (hedendaagse) klassieke muziekensembles  | oKo (Overleg Kunstenorganisaties) Brussel |
| Onroerend Erfgoed en Marketing. een Relationship Marketing strategie voor Herita   | Herita, Antwerpen                         |
| Strategiebepaling voor Villanella / DE Studio  | Villanella / Destudio , Antwerpen         |
| De impact van erfgoed op toerisme in Tongeren  | FARO, Brussel                             |
| Hoe verloopt de vermarkting van outsider Art?  | Demos, Brussel                            |
| Marketing Queer (and) Arts: een management perspectief   | Het Roze Huis (Antwerpen)                 |
| Publieksonderzoek bij HETPALEIS  | HETPALEIS, Antwerpen                      |
| Hoe kan de vrijwilliger bijdragen aan de Arenbergbeleving?   | Arenbergschouwburg, Antwerpen             |
| Polarisatie in orkestenland? - Vergelijkende studie orkestmodellen in Vlaanderen   | Symfonieorkest Vlaanderen                 |
| Evaluatie ticketingsysteem van de Botanique: hoe ziet het er vandaag uit en waar zitten de knelpunten?   | Botanique Brussel                         |
| Stichting Lezen en haar omgeving. Het belang van stakeholders voor een Vlaamse culturele non-profitorganisatie   | Stichting Lezen, Antwerpen                |

|   |   |
|---|---|
| Ancienne Belgique: naar een nieuwe prijsstrategie   | Ancienne Belgique, Brusesl                          |
| Antwerpen Modestad: een persstudie naar het imago   | Antwerp Management School                           |
| Vlaams-Nederlandse samenwerking in de beeldende kunsten. Studie naar de mogelijkheden voor de versterkte samenwerking van de beeldende kunsten tussen Vlaanderen en Nederland en de rol van CVN binnen het Vlaams-Nederlands netwerk. | CVN, Brussel  |
| Toegankelijke cultuur voor dove en slechthorende personen: een kwestie van aangepaste communicatie  | Circa Gent  |
| Een studie naar de programmatie van podiumkunstenorganisaties in Culturele Centra in Vlaanderen   | VTI (Brussel)                                       |
| Olie voor de creatieve industrie: een explorerend onderzoek naar intermediairs en hun faciliterende rol in de designsector  | Gitzwart (Antwerpen - Rotterdam)                    |
| KRAAK: een strategische planningsoefening vanuit een stakeholdersperspectief  | KRAAK, Gent   |
| Beleidsstimuli voor kleine structurele beeldende kunstenorganisaties  | Stad Antwerpen                                      |
| Onderzoek naar het implementeren van de IPOP methode in het Smithsonian   | Smithsonian Institute<br>Washington DC              |
| Een internationale werking voor Compagnie Cecilia. Onderzoek naar mogelijkheden tot spreiding in Oost-Europa.   | Compagnie Cecilia                                   |
| Je bent jong en je wilt wat (cultuur)! Jongerenwerking bij het gemeenschapscentrum 't Groenendal  | GC 't Groenendal Merelbeke                          |
| Onderzoek naar koopgedrag losse nummer kopers tijdschriften.  | Betapress, Gilze (Nederland)                        |
| Publieksonderzoek Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience   | Erfgoedbibliotheek Hendrik<br>Conscience, Antwerpen |
| Publieksonderzoek Extra City: onderzoek naar het profiel, bezoekmotivatie, tevredenheid en beeldvorming   | Extra City , Antwerpen                              |
| [PIAS] Nites: daar zit muziek in. Een onderzoek naar de factoren die het al dan niet bijwonen van muziekfestival [PIAS] Nites beïnvloeden   | [PIAS] Brussel                                      |
| Rest er ruimte voor creativiteit in Antwerpen? Ondersteuningsmaatregelen van een lokale overheid  | Stad Antwerpen                                      |
| Wat zijn de drivers en drempels van de Vlaamse juwelensector en hoe kan men er meer groei realiseren? Casestudy van het Gentse juwelenmerk ELISA LEE en haar strategisch kader<br>Vertrouwelijk                                       | Elisa Lee, Ronse                                    |
| De multichannelstrategie van A.F. Vandevorst: een bespreking van de verschillende verkoop- en communicatiekanalen in eigen beheer met mogelijkheden voor de ontwikkeling van een omnichannel retailstrategie<br>Vertrouwelijk         | A.F. Vandevorst                                     |
| Het spel van subsidies: de economische impact van de podiumkunsten. Een casestudie van theaterorganisaties  | oKo (Overleg<br>Kunstenorganisaties) Brussel        |
| Organisatiemodellen bij niet structureel gesubsidieerde podiumkunstenaars   | Klein Verzet Antwerpen                              |

|   |  |
|---|--|
| De ondernemende cultuur: een kwalitatief onderzoek naar cultureel ondernemerschap bij musea en presentatie-instellingen in Rotterdam                            | Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur |
| Tablets in het theater? Drempels en drivers bij de integratie van nieuwe media in de Vlaamse culturele sector met als case het tabletproject van het NTGent     | NTGent                                 |
| De openbare bibliotheek na de invoering van de beleids- en beheerscyclus en het Planlastendecreet. Zoektocht naar haar plaats in de gemeentelijke administratie | VVBAD, Antwerpen                       |
| Naar een nieuw businessmodel voor het nieuwe ondernemen   | Timelab Gent                           |

### Academiejaar 2013-2014

|  |  |
|--|--|
| De impact van auteurslezingen op de socio-economische situatie van de auteur: een empirisch onderzoek.   | Vlaams Fonds voor de Letteren, Berchem |
| Museum aan de Stroom: onderzoek naar integrale kwaliteitszorg  | MAS, Antwerpen                         |
| Internationale distributie binnen de mode-industrie<br>Case: Detlef bvba / Raf Simons<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Raf Simons, Antwerpen                  |
| The Price of Poetry. Onderzoek naar een gezonder financieel klimaat bij uitgeverij PoëzieCentrum   | PoeziëCentrum, Gent                    |
| The underlying structure and its impact on the identity - the website as a strategic tool for the development of an all-round creative platform - the case: South Africa's Design Indaba | South Africa's Design Indaba, Kaapstad |
| Belemmerende en faciliterende factoren bij het faciliteren van een netwerk in de podiumkunsten   | Esplanade, Signapore                   |
| Wat is het belang van een sterk merk in het veranderende landschap van de muziekindustrie?<br>Case study [PIAS]  | PIAS, Anderlecht                       |
| Cultureel ondernemerschap in de Vlaamse audiovisuele kunstsector" Een exploratief onderzoek  | Contour Mechelen, Mechelen             |
| Naar een efficiënte organisatie via flexibiliteit en decentralisatie. Analyse van de organisatiestructuur, het evaluatiesysteem en 'job re-design' bij deMENSEN<br><b>Vertrouwelijk</b>  | deMENSEN, Zaventem                     |
| Samen sterk: 1+1=3, onderzoek naar de samenwerking bij Van Gogh Brabant en Museumkwartier 's-Hertogenbosch   | Academy of Leisure, Breda              |
| 15 000 keer gelezen en goedgekeurd. Een publieksonderzoek voor Rekto: Verso.   | Rekto:Verso, Gent                      |
| Reputaties en percepties van Fiëbre  | Fiëbre, Antwerpen                      |
| Op zoek naar een geschikte marketingstrategie voor het MAS.  | MAS, Antwerpen                         |
| Musea in transitie. Duurzaamheid in het Gentse AGB archief.  | AGB archief, Gent                      |
| De ontdekking van design: het in kaart brengen van het creatieve designecosysteem in Milaan als voorstel voor een perspectief om de creatieve industrieën in Vlaanderen te stimuleren.   | Regione Lombardia, Milaan              |
| De podiumkunstensector voor kinderen en jongeren: analyse volgens het vijfkrachtenmodel van Michael Porter.  | VTI, Brussel                           |
| Groeistrategieën en het ontwikkelen van een eigen business bij jonge modeontwerpers.   | Kim Stumpf, Antwerpen                  |
| Sociale media: een essentiële marketing tool voor een onafhankelijk productiehuis.   | Ciné Cri de Coeur, Brussel             |
| Een doorlichting van de marketing- en communicatiestrategie van Raf  | Raf Simons, Antwerpen                  |



|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| Simons.<br>Vertrouwelijk  |                                     |
| Een verkennend onderzoek naar de meest geschikte organisatievormen binnen de Open University of Diversity<br>Vertrouwelijk  | Koen Van Mechelen, Hasselt          |
| Stadsmusea op weg naar een interculturele strategie - Een vergelijkende studie naar de interculturele strategieën van de stadsmusea van Antwerpen, Gent, Montréal en Rotterdam. | STAM, Gent                          |
| Afhaakgedrag bij beeldende kunstenaars. Een onderzoek naar de redenen waarom een beeldend kunstenaar uit de kunstpraktijk stapt.  | Kunstenloket, Brussel               |
| Mag het iets meer zijn? Over de kunst van prijszetting en prijsdifferentiatie in cultuur- en gemeenschapscentra.  | Locus, Antwerpen                    |
| Een toekomstperspectief voor de promotie van Erfgoeddag, een onderzoek voor Erfgoedcel Noorderkempen.   | Erfgoedcel Noorderkempen.Turnhout   |
| Onder constructie: bouwen aan een duurzame kunstensector. Een onderzoek naar duurzaam materiaalbeheer in de Antwerpse kunstensector.  | Prospekta, Antwerpen                |
| Stadsmusea op weg naar een interculturele strategie - Een vergelijkende studie naar de interculturele strategieën van de stadsmusea van Antwerpen, Gent, Montréal en Rotterdam. | Museum Rotterdam, Rotterdam         |
| De invloed van het decretale kader op de professionalisering van de Vlaamse muziekclubs.  | Muziekodroom, Hasselt               |
| INFORMELE PROCESSEN BINNEN HET BELEIDSBESLISSINGSPROCES IN HET KUNSTENDECREET - Naar een duurzame communicatie tussen sector en beleid (Casus: kunstencentrum CAMPO)            | Campo, Gent                         |
| Mus[e]cologie: de bijdrage van muziekorganisaties tot een ecologisch bewuste maatschappij.  | Trix, Antwerpen                     |
| Prijszetting op de snijplank: een innovatieve benadering om creatieve diensten van Butchershop Creative te prijzen.   | Butchershop Creative, San Francisco |
| Een competent onthaal. Beroepen in de erfgoedsector.  | FARO, Brussel                       |
| De vrienden van het ModeMuseum in Antwerpen, principes van goed bestuur in de cultuur.  | Modemuseum, Antwerpen               |
| Een toekomstgerichte kijk op medewerkers en organisatie: de ontwikkeling van een evaluatiesysteem binnen het M HKA.   | M KHA, Antwerpen                    |
| Office Baroque, een promotiegalerie op een kantelmoment. Onderzoek naar de huidige positie van Office Baroque en strategische richtlijnen voor de toekomst.                     | Office Baroque, Brussel             |
| Muziekeducatie in het Depot vzw, Een participatieonderzoek naar de educatieve werking van het Leuvense muziekcentrum.   | Het Depot, Leuven                   |
| Stadsmusea op weg naar een interculturele strategie - Een vergelijkende studie naar de interculturele strategieën van de stadsmusea van Antwerpen, Gent, Montréal en Rotterdam. | MAS, Antwerpen                      |
| Een positionering van het Flamenco Festival Gent.   | Flamenco Festival Gent, Gent        |
| Programmeur of promotor? Een studie naar de rol van de programmeur van het Nederlandse poppodium in de hedendaagse muziekindustrie.   | Poppodium Vera, Groningen           |
| Workspace design voor innovatie. Onderzoek naar de facilitering van innovatie stimulerende werkruimte. Aanbevelingen voor AMS Lab.  | AMS Lab, Antwerpen                  |
| Musea en marketing: het begin van een mooie vriendschap. De perceptie van marketing en de staat van publieksonderzoek binnen de non-profit museumsector in Vlaanderen.          | FARO, Brussel                       |
| Een geïntegreerd informatiesysteem voor Bureau Bouwtechniek aan de hand van het third-wave-BPM.   | Bureau Bouwtechniek, Antwerpen      |
| Partners voor de kunst: studie naar duurzame en waardevolle partnerships tussen voordekunst en het bedrijfsleven.   | Voor de Kunst, Amsterdam            |
| Het vergroten van de klankkast: een kwalitatief onderzoek naar de organisatie van een sympathisantenwerking voor PEN Vlaanderen.  | PEN Vlaanderen, Brussel             |

|  |   |
|--|---|
| Exploring audience engagement at the Smithsonian National Portrait Gallery: a management perspective.  | Smithsonian, Washington                         |
| De openbare bibliotheek Antwerpen op weg naar duurzame ontwikkeling - een (financiële) haalbaarheidsstudie die nagaat hoe men binnen het Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen een duurzamer transport kan organiseren voor de bibliotheekcollectie in de Antwerpse bibliotheken. | Stad Antwerpen, Antwerpen                       |
| Een vriendenvereniging voor Mayer Van den Bergh?   | Mayer Van den Bergh, Antwerpen                  |
| Onderzoek naar de investeringsopties in de zaal van muziekcentrum TRIX   | TRIX, Antwerpen                                 |
| Op zoek naar een blijvende verbintenis tussen jongeren en de openbare bibliotheek.   | Openbare Bibliotheek Sint Niklaas, Sint Niklaas |
| Knippen in cultuur. Een studie over besparingseffecten bij cultuurcentra en bibliotheken in Vlaanderen en Nederland.   | Locus, Brussel                                  |
| De Arenbergbeleving: een kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar bij de beleveniscreatie bij de Arenberg in Antwerpen.  | Arenberg, Antwerpen                             |
| Het M KHA en haar eigen inkomsten.   | M KHA, Antwerpen                                |
| Van wens naar werkelijkheid: het ontwerpen van een nieuwe organisatiestructuur na een appreciative inquiry, kunstencentrum De Werf als praktijkvoorbeeld   | De Werf, Brugge                                 |
| Publieksonderzoek bij kunstenfestival voor kinderen STORM OP KOMST. Onderzoek naar de culturele socialisatie en participatie bij kinderen.   | STORM OP KOMST, Turnhout                        |
| Welke stappen moet BFArchitecture in de nabije toekomst ondernemen om ondernemingsgroei te bewerkstelligen: een vergelijkende studie tussen architectenbureaus in Antwerpen.   | BF Architecture, Antwerpen                      |
| Graindelavoix in Europees perspectief: een onderzoek naar de internationalisering van een muziekensemble.  | Graindelavoix, Antwerpen                        |
| Een beleid op vlak van flankerende financiering voor het MIAT'.  | MIAT, Gent                                      |
| Het consumentengedrag bij de online aankoop van boeken.  | Boek.be, Antwerpen                              |
| "Vinden we boeken duur? En zijn ze dat ook?" Een onderzoek naar de prijzevolutie van romans, strips en schoolboeken in Vlaanderen, gekoppeld aan prijsperceptie.   | Boek.be, Antwerpen                              |
| Mapping van de game industrie in Vlaanderen ~ FLEGA – A star on the horizon  | FLEGA, Brussel                                  |
| Onderzoek naar de mogelijke rol van mobiele applicaties in ontwikkelingssamenwerking voor Vietnam: casestudie bij BasicNeeds Vietnam   | BasicNeeds Vietnam                              |
| Nieuwe media als motor voor innovatie  | Little Miss Robot, Gent                         |
| De Vlaamse Erfgoedbibliotheek en fondsenwerving - Onderzoek naar de mogelijkheden van een sector-georiënteerde aanpak voor veranderingsmanagement naar een meer cultureel ondernemende attitude.   | De Vlaamse Erfgoedbibliotheek, Antwerpen        |

### Academiejaar 2012-2013

|   |  |
|---|--|
| Een cultureel samenwerkingsverband tussen Lier en zijn omliggende gemeenten   | Uit in Lier, Lier                                  |
| Businessplan modehuis 'Katrien Van Hecke'   | Katrien Van Hecke                                  |
| Performers en hun prijskaartjes: prijszettings- en prijsvormingsmechanismen bij concerten en evenementen in het Sportpaleis Antwerpen | Sportpaleis, Antwerpen                             |
| Ecommerce in de high end fashion industry: een casestudy<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Raf Simons, Antwerpen                              |
| Poëzieplan Sint-Niklaas. Een analyse van een concept  | CC Sint Niklaas                                    |
| Auteursrecht bij digitale kabeltelevisie in Vlaanderen<br><b>Vertrouwelijk</b>  | FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie, Brussel |
| Een geschikt model voor de Lettersite in Brugge   | Tapis Plein, Brugge                                |

|   |  |
|---|--|
| Financieringsmogelijkheden voor lokale culturele infrastructuur in Vlaanderen   | Locus, Brussel                         |
| KASK Cinema: onderzoek naar breder bereik bij Gentse studenten en jonge gezinnen  | KASK Gent                              |
| Analyse van de marketingaanpak van muziekclub De Muziekodroom   | De Muziekodroom,                       |
| LVC/NOBEL, samenwerken is versterken? Een verkenning van mogelijke toekomstscenario's voor een strategische samenwerking van stichting LVC binnen de Leidse podiumsector ter versterking van het lokale popaanbod.                            | Poppodium LVC, Leiden                  |
| Een toekomstverkenning van en voor Karavaan. Analyse van de vrijwilligerswerking en een breed stakeholderperspectief op de strategische positionering.  | Karavaan, Mechelen                     |
| Spectrum. De implementatie van SPECTRUM-1.0 in de Vlaame Musea. Een kwalitatief onderzoek   | FARO, Brussel                          |
| Strategisch Management & Good Governance toepassen in een beginnende VZW. Hoe het draagvlak vergroten door een eventuele uitbreiding naar Vlaanderen?   | Prix Fernand Baudin Prijs vzw, Brussel |
| Boeken en media: hebben de media een significante invloed op de verkoop van boeken?   | Boek.be, Antwerpen                     |
| Analyse van de ExpertiseNetwerkenCultuurEducatie (ENCE) in opdracht van CANON Cultuurcel en ACCE.   | Canon Cultuurcel, Brussel              |
| Europalia:<br>Onderzoek naar het imago van een cultuurfestival  | Europalia, Brussel                     |
| Een competentieprofiel voor de professionele romanschrijver.<br>Een kwalitatief onderzoek naar de competenties die een schrijfliefhebber tot een publicerend auteur maken   | Creatief Schrijven, Antwerpen          |
| Geld werven bij buitenlandse fondsen: een optie in financieel slechte tijden? Een onderzoek naar de mogelijkheden van internationale fondsenwerving als aanvullende financieringsbron voor kleine Vlaamse klassieke muziekensembles           | Graindelavoix, Antwerpen               |
| Wat zijn de opportuniteiten voor de klantenbinding en de loyalty voor TRIX?   | Trix, Antwerpen                        |
| DUURZAME REVOLUTIE IN DE CULTURELE SECTOR<br>"Welke eigen contributie kan het cultureel animatiecentrum de Beursschouwburg vzw leveren aan het sociaalecologische thema dat stilaan zijn inbedding lijkt te vinden binnen onze maatschappij?" | Beursschouwburg, Brussel               |
| Een museale invulling voor de kunstenaarswoning van Marten Melsen (1870-1947)?<br>Kwalitatief onderzoek naar de werking van kunstenaarsmusea  | Museum Marten Melsen,                  |
| Urban Crafts of Urban Legends?  | Trendwolves NV, Gent                   |
| Kunstencentrum Vooruit - Arts & business. Balanceren tussen kunst en bedrijfsvoering.   | Vooruit, Gent                          |
| Master in de muziek: wegwijs in de professionele muzieksector?<br>Analyse van de mate waarin studenten hoger muziekonderwijs voorbereid zijn op de professionele muzieksector   | Muziekcentrum Vlaanderen, Brussel      |
| Marktonderzoek naar verkoopbaarheid van het product BLINDMAN<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Bl!ndman, Antwerpen                    |
| Een beschrijvende analyse van het productieproces (pre- tot postproductie) in Trix die mogelijk leidt tot een optimalisering, inzake procesverloop en kwaliteit.  | Trix, Antwerpen                        |
| Alternatieve managementbureaus in de podiumkunstensector<br>Een evaluatie van hun werking   | Caravan Productions, Brussel           |
| Koers zetten naar een duurzame samenwerking op de kunstcampus deSingel  | De Singel, Antwerpen                   |

|   |   |
|---|---|
| Een actieplan voor veilinghuis Bernaerts  | Bernaerts, Antwerpen                              |
| Succesvolle sponsoring van een muziekfestival: van transactie tot alliantie.<br>Management case: I wonder U Festival  | I Wonder U festival                               |
| Een benchmarkstudie van Europese migratiemusea met het oog op good practices voor het Red Star Line Museum  | Red Star Line, Antwerpen                          |
| Musea in verbouwing. Cultuurmanagement in de sluitingsperiode van het Mauritshuis in internationaal perspectief<br><b>Vertrouwelijk</b>                       | Mauritshuis, Den Haag                             |
| Financiële analyse bij Raf Simons<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Raf Simons, Antwerpen                             |
| Analyse verhuurpolicy en verhuurovereenkomst van Kunstencentrum Vooruit en het formuleren van aanbevelingen   | Vooruit, Gent                                     |
| Het opstellen van een communicatieplan voor A.F.Vandevorst  | A.F. Vandevorst, Antwerpen                        |
| Onderzoek naar de technische drempels in de modesector en hoe het Flanders Fashion Institute hierop kan inspelen gegeven het aanbod in Vlaanderen.            | Flanders Fashion Institute, Antwerpen             |
| Marketinganalyse vanuit een financieel perspectief Tutu Chic<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Tutu Chic, Antwerpen                              |
| Stichting Conservatorium Antwerpen: Mapping van nieuwe financieringsmogelijkheden met financiële of niet-financiële return on investment                      | Conservatorium Antwerpen, Antwerpen               |
| De invloed van nieuwe infrastructuur op de samenstelling van een cultuurcentrumpubliek. Een publieksonderzoek in C-mine cultuurcentrum Genk                   | C-Mine, Genk                                      |
| Een behoefteonderzoek van en voor Villa Basta vzw . Welke meerwaarde kan een muzieklabel bieden aan de semi-professionele muzikant?<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Villa Basta, Hasselt                              |
| Naar een sterkere positionering van Studio Start door middel van een adequaat selectieprofiel   | Studo Start, Antwerpen                            |
| Be local, go global: aanbevelingen voor een nieuw advies van de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur  | Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur, Rotterdam |
| analyse van de kring van de vrienden van het MoMu Fashion Museum Antwerp  | Modemuseum, Antwerpen                             |
| De benefactors van het NTG.? Een marktanalyse voor dienstenpakketten in een culturele context."   | NT Gent, Gent                                     |
| Mode dit is Belgisch. Het gebruik van geografische kwaliteitslabels binnen het middensegment van de Belgische mode.   | Flanders Fashion Institute, Antwerpen             |
| Hoe kan de stad Mechelen het maatschappelijke draagvlak voor archeologie vergroten? (werkittel)   | Stad Mechelen, Mechelen                           |
| Tram 41: publiekswerking  | Tram 41, Turnhout                                 |
| Een haalbaarheidsstudie naar de oprichting van publieke culturele infrastructuur in de gemeente Kalmthout   | Gemeente Kalmthout, Kalmthout                     |
| Bevorderen van het leesplezier in het Vlaamse onderwijs   | Boek.be, Antwerpen                                |
| Communicatieplan C.T.Architects. Analyse van de externe communicatie in de architectuur sector.   | C.T. Architects, Bilzen                           |
| M HKA Ensembles: omgang met auteursrechten en persoonsgegevens  | M KHA, Antwerpen                                  |
| DE DYNAMIEK VAN HET KUNSTENCENTRAMODEL<br>Een studie naar de wisselwerking tussen de programmatie en het management in enkele Vlaamse kunstencentra anno 2013 | VTI, Brussel                                      |
| Marketingplan voor de infrastructuur van muziekcentrum Trix   | Trix, Antwerpen                                   |
| Competentiegroei verzilveren<br>Een onderzoek naar het nut en de opbouw van een competentie managementtool voor timelabsamenwerkingsproject                   | Timelab, Gent                                     |

|   |   |
|---|---|
| Samenwerkingen tussen PR-bureaus en jonge / startende ontwerpers<br>Case : oona   | Oona, Antwerpen                                     |
| Prefinanciering, een kwelling voor de modeontwerper?<br>De prefinancieringsproblematiek in de mode---industrie ontbloot.  | MAD Brussels, Brussel                               |
| Onderzoek naar een implementatie van een digitaal informatiesysteem bij het beheer van een artistiek nalatenschap van een kunstenaar. Een case study rond het bewaren, ontsluiten en beheren van de kunstwerken en het archief van Bernd Lohaus (1940-2010) | Bernd Lohaus Stichting, Antwerpen                   |
| Illegaal downloaden van e---boeken. Onderzoek naar de motivaties achter illegaal downloaden van e-boeken in Vlaanderen.   | Boek.be, Antwerpen                                  |
| Marktonderzoek: doelgroep bepaling CC Kapellen  | CC Kapellen, Kapellen                               |
| Is er een toekomst voor galeriearchieven?<br>Een onderzoek naar de noden op het vlak van archivering en bewaring.   | Galerie De Zwarte Panter, Antwerpen                 |
| Knelpunten bij creatieve start-ups in Vlaanderen<br>Kritische reflectie a.h.v. casus 'Tarantella', een vzw in opricht.  | Tarantella, Antwerpen                               |
| Europese financieringsmogelijkheden voor de Raconteurs<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Productiehuis De Raconteurs, Brussel                |
| Digitale filmprojectie in culturele centra<br>Een zoektocht naar de 'juiste' filmprojector voor cc 't Getouw  | CC 't Getouw, Mol                                   |
| VERTROUWELIJK KIMSTUMPF: ontwikkelingsmogelijkheden van het financieel luik van het businessmodel<br><b>Vertrouwelijk</b>   | Kim Stumpf, Antwerpen                               |
| Een kwanti/litatieve studie naar de kritische succesfactoren van de Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen (K21) in Düsseldorf   | Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen (K21), Düsseldorf |
| Change management: valkuilen bij de implementatie van een individueel ledenbeleid   | Open Doek, Antwerpen                                |
| Ontdekken, beleven en doen in het Muiderslot: ook voor voortgezet onderwijsinstellingen   | Muiderslot, Muiden( Nederland)                      |
| Publieksonderzoek en werking in het MOMU. Herziende versie naar aanleiding van publieksonderzoek 2007.  | Modemuseum, Antwerpen                               |
| Knippen in Cultuur<br>een studie over besparingseffecten bij cultuurcentra en bibliotheken in Vlaanderen en Nederland   | Locus, Brussel                                      |
| Hoe kunnen de Antwerpse vuurtorens beter aansluiting vinden bij het bedrijfsleven? Een kwalitatief onderzoek naar succesvolle samenwerkingsverbanden tussen cultuur en economie in Antwerpen  | Stad Antwerpen, Antwerpen                           |
| Provinciale subsidiesystemen voor amateurtoneelverenigingen en de impact ervan op hun werking   | Open Doek, Antwerpené                               |
| WIE Antwerpen ZEGT MOET Beeldende kunst ZEGGEN  | Johan Pasé  |
| Alternatieve financieringsbronnen voor het museum Kazerne Dossin  | Kazerne Dossin, Mechelen                            |
| Naald, Draad & Strategie.Een Analyse van de Antwerpse Modesector 1983-2013  | Tim Van Steenbergem                                 |
| Strategieformulering voor de toekomst van BRDG  | BDRG, Antwerpen                                     |
| Doeltreffend on-line communiceren: het hoe en waarom. Opdracht van Q-music<br><b>Vertrouwelijk</b>  | Q music, Vilvoorde                                  |
| De toepassing van Customer Relationship Management binnen Walpurgis vzw.  | Walpurgis, Antwerpen                                |
| Het strategisch managementproces toegepast op de interne organisatie van Tutu Chic  | Tutu Chic, Antwerpen                                |
| Jazz in Vlaanderen. Self management voor een beginnende muzikant  | Natacha Kelly                                       |
| De Vlaamse muziekclubs:<br>een beschrijving van hun professionele ontwikkeling.   | Clubcircuit, Gent                                   |
| Samenwerken, netwerken en eigenaarschap: casestudie: Carava(a)n   | Caravaan, Mechelen                                  |

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Is er een groeiende kloof tussen de bestsellers en de andere boeken in de verkoop in Vlaanderen?   | Boek.be, Antwerpen                  |
| Grondige evaluatie van de nieuwe geluidsnormen voor Muziekactiviteiten.  | Footstrap event productions, Herent |
| Gebruikerspanels als dialoog met de klant in de Gentse Stadsbibliotheek.   | Gentse stadsbibliotheek, Gent       |
| Uitbouw van een duurzaam toerismebeleid rond immaterieel cultureel erfgoed in Vlaanderen, gegeven de Unescorichtlijnen opgenomen in de conventie ter 'borging' van het Immaterieel Cultureel Erfgoed | Tapis Plein, Brugge                 |
| Mogelijkheden tot nieuwe verdienmodellen voor onafhankelijke filmproducenten in Vlaanderen<br>Casestudy: filmproducent Caviar Films  | Caviar Films, Antwerpen             |

### Academiejaar 2011-2012

|  |  |
|--|--|
| Verkennd onderzoek ter vergroting van het marktsegment van het kunsttijdschrift <H>ART   | <H>ART, Antwerpen  |
| De Taks Shelter-investering bij de Vlaamse Film-Evoluties & stand van zaken  | Caviar, Brussel  |
| DEWEER gallery: Strategisch marketingplan voor een promotiegalerie.  | DeEWEER Galery, Otegem   |
| Alternatieve financieringsmogelijkheden voor de Vlaamse langspeelfilm gebaseerd op buitenlandse modellen.  | Caviar Films, Brussel  |
| Bezoekdrempels bij Het Jeugdfilmfestival Antwerpen: Een publieks- en bevolkingsonderzoek   | Het Jeugdfilmfestival Antwerpen  |
| Bankrelaties in de filmsector: De eerste stap richting een nieuwe dienstverlening  | Triodos bank, Brussel  |
| De Implementatie van SPECTRUM-N 1.0 in de Vlaamse Musea. Een Kwalitatief Onderzoek   | FARO, Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed, Brussel                       |
| Wat is de koers die Studio Start in de toekomst moet varen?  | Studio Start, Antwerpen  |
| Belang van Sociale Media voor een Filmproductiehuis. Case Savage Film  | Savage Film,   |
| To pay or not to pay: An analysis of member services and fees of European cultural network organisations. A case study of ENCATC   | ENCATC, Brussel  |
| Transparantie en designermode: een succesformule? Een onderzoek naar de eerlijke mode van Honest by.   | Honest By, Antwerpen   |
| Onderzoek naar de prijszetting voor artistieke creaties in de podiumkunsten: De ontwikkeling en evolutie van de uitkoopsommen van Les Ballets C. de la B.  | Les Ballets C. de la B, Gent   |
| Great Expectations of À la recherche du temps perdu? Kwalitatief onderzoek naar de meerwaarde van de uitgeverij voor auteurs in de digitale waardeketen  | Boek.be, Borgerhout  |
| De succesfactoren ont(k)leed: kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de loopbanen van de alumni van de opleiding Mode aan de Koninklijke Academie voor Schone Kunsten Antwerpen, periode 1963-1987 | Kim Stumpf, Antwerpen  |
| Is er een draagvlak voor een Vlaams kwaliteitslabel in de conservatie-restauratiesector?   | Vlaamse Beroepsvereniging voor Conservatie Restauratie (C/R FORUM), Mechelen |
| De toekomst van Roodkapje - Een scenarioplanning   | Roodkapje, Nederland   |
| Prijsvorming bij uitgevers   | Boek.be, Borgerhout  |

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| Knelpunten en succesfactoren van naald tot draad: Kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de loopbanen van de alumni van de opleiding Mode aan de Koninklijke Academie voor Schone Kunsten in Antwerpen, periode 1988 - 2013 | Kim Stumpf, Antwerpen                |
| Citybooks in Rusland: verkennende studie van uitbreiding van het project in Russische steden  | deBuren, Brussel                     |
| Mundial Productions, op weg naar de toekomst. Een kritische blik op het business model van Mundial Productions.   | Mundial Productions.Tilburg          |
| Een creatieve broedplaats voor Gent? 'Behoeftanalyse van de Gentse creatieve spelers'   | Stad Gent, Gent                      |
| Increasing the Outreach of Smithsonian Collections to Affiliates. Understanding the Difficulties, Finding Solutions   | Smithsonian Institute, Washington DC |
| Wit + goed = goed bezig? Een onderzoek naar de ontwikkelingsmogelijkheden van het businessmodel.  | Wit+goed, Antwerpen                  |
| Een strategisch plan voor de internationale promotie van 'Peter Pan - World Arena Tour'   | Music Hall, Antwerpen                |
| Een kunstkoopregeling in Vlaanderen. De vertaling en implementatie van een Kunstkoopregeling naar Nederlands model binnen Vlaanderen.   | De Zwarte Panter, Antwerpen          |
| De impact van de verschillende Intellectuele Eigendomsrechten op de Creatieve Industrieën: een kwalitatief onderzoek naar hoe intellectuele eigendomsrechten in de design- en muziekindustrie worden gehanteerd.                | Flanders DC, Leuven                  |
| Werkingsverbreding van Het Firmament: Een netwerkstrategie voor een expertisenetwerk van het podiumkunsterfgoed   | Het Firmament, Mechelen              |
| Prijzetting van de beeldende kunsten in het veilingwezen: analyse van schatting en hamerprijs bij veilinghuis Bernaerts.  | Veilinghuis Bernaerts, Antwerpen     |
| De Vlaamse en Duitse podiumkunsten uitgelicht. Analyse van een Duitse tournee voor cabaretière Els De Schepper  | Impresariaat Goedenavond, Antwerpen  |
| Het muziekcentrum TRIX: kwaliteitsmanagement inzake duurzame veiligheid en risicobeheersing   | TRIX Antwerpen                       |
| Strategische opties voor een lokaal erfgoedbeleid. Casus Harelbeke.   | Cultuurdienst Harelbeke, Harelbeke   |
| Cultuureducatie in de amateurkunstensector. Een uitdieping van de beleidskeuzes en knelpunten in de samenwerking met het onderwijs.   | Forum voor Amateurkunsten, Gent      |
| Tevredenheidsonderzoek Meesterwerken in het MAS   | MAS, Antwerpen                       |
| Het Firmament als casusonderzoek. Het financiële kostplaatje voor een concrete invulling van een museale werking over figurentheater  | Het Firmament, Mechelen              |
| Naar een marketingstrategie voor een vernieuwd Kazerne Dossin   | Kazerne Dossin, Mechelen             |
| 25 jaar Open Monumentendag Vlaanderen: Een onderzoek naar de evolutie van het evenement gedurende 23 jaar en brainstorm naar de 25ste 'Best of'-editie.   | Open Monumentendag, Antwerpen        |
| Onderwijs oog in oog met cultuur: Onderzoek naar de noden en wensen inzake cultuureducatie in de eerste graad van het voltijds secundair onderwijs  | Canon Cultuurcel, Brussel            |
| Architectuurpublicaties in Vlaanderen. Een onderzoek naar knelpunten en kansen in het landschap.  | VAi, Antwerpen                       |
| Alternatieve financieringsmogelijkheden voor een Belgisch klassiek ensemble   | Graindelavoix, Gent                  |
| TRACK als katalysator voor de toekomstige communicatiestrategie van S.M.A.K.  | S.M.A.K., Gent                       |
| De rol van het Hongaars cultureel instituut in Brussel in de verspreiding van de Hongaarse cultuur  | Hongaars Instituut, Brussel          |
| Cultuurcheques voor Oostende: check? - Ontwikkeling van een cultuurcheque- of cultuurpassysteem op maat van de Oostendse bevolking met het oog op participatieverhoging.  | Dienst Cultuur, Oostende             |

|  |  |
|--|--|
| Creative people and places: Een participatie programma met samenwerkingen tussen amateurs en professionals   | Voluntary Arts England, Londen                                 |
| Internationale clustering van beeldende kunstevenementen: Een evaluatiemodel voor de communicatie van Visual Arts Flanders 2012  | Visual Arts Flanders, Gent                                     |
| De vrijwilliger in Vlaamse cultuur- en gemeenschapscentra  | Vereniging voor Vlaamse cultuur en gemeenschapscentra, Brussel |
| 1 + 1 = 1,9 en 3. Aanbevelingen voor een kostenefficiënte en versterkende samenwerking tussen NTGent en Compagnie Cecilia.   | NTGent, Gent   |
| Crowdfunding: match tussen publiek en investeerders? Casestudy Mathieu en Guillaume  | Mathieu en Guillaume, Antwerpen                                |
| Een strategische blik op Passerelle: van imago tot HRM   | Passerelle, Kortrijk   |
| Cultuurparticipatie in het Antwerpse onderwijs gemonitord? Een verkennend onderzoek  | Stad Antwerpen, Antwerpen                                      |
| Festival van Vlaanderen. Een onderzoek naar een vernieuwde werking voor de koepelorganisatie   | Festival van Vlaanderen  |
| De actieve cultuurparticipatie van jongeren aan beeldexpressie. Een onderzoek naar een versterkte jongerenwerking van het Centrum voor Beeldexpressie                          | Centrum voor Beeldexpressie, Antwerpen                         |
| Vlaamse arthouses en de omschakeling naar digitale projectie   | BAM, Gent  |
| Evaluatieonderzoek van Lasso: Een beschrijvende strategische en operationele diagnose met een participatieve omgevingsanalyse  | Lasso, Brussel   |
| Communicatie naar buitenlandse markten. Case: Het ModeMuseum Provincie Antwerpen   | MoMu, Antwerpen  |
| Een verkennend onderzoek naar duurzaamheid als evidentie binnen vzw Kunstencentrum Vooruit   | Kunstencentrum Vooruit, Gent                                   |
| Naar een onderbouwde profilering voor Laika aan de hand van een marketingaudit en een analyse van de identiteit en het imago   | Laika, Antwerpen   |
| De Kazematten. Een nieuwe theaterplek voor 4hoog en Ultima Thule. Een onderzoek naar mogelijke financieringsbronnen voor een verbouwproject                                    | Ultima Thule, Gent   |
| Fietsen door het kunstenveld naar morgen. Een onderzoek naar hoe het kunstenveld invulling geeft aan haar rol inzake ecologie, een onderdeel van duurzaamheid.                 | Prospekta, Antwerpen   |
| Antwerp has MAS appeal   | MAS, Antwerpen   |
| Bedrijfsmotieven voor partnerships met de culturele sector. Analyse en aanbevelingen voor een efficiëntere zoektocht naar samenwerkingen tussen Erfgoeddag en de profitsector. | FARO: Erfgoeddag, Brussel                                      |
| De kwaliteit van kunst en cultuur: een onderzoek naar de voor- en nadelen en de wenselijkheid van formalisering binnen de kwaliteitsbeoordeling van kunst en cultuur           | VTI, Brussel   |
| Participeren aan het Kunstenfestivaldesarts. En dan? - Kwalitatief onderzoek naar de effecten van acties met sociale implicaties   | Kunstenfestivaldesarts, Brussel                                |
| Jongvolwassenen en erfgoedparticipatie: aanbevelingen voor een geslaagde 'helden'-activiteit op maat van Brugse hogeschoolstudenten  | Erfgoedcel Brugge, Brugge                                      |
| Een vangnet voor vrije vogels: Onderzoek naar de knelpunten in het sociaal overleg van de podiumkunstensector.   | Kaaitheater, Brussel   |

### Academiejaar 2010-2011

|   |                  |
|---|------------------|
| Opmaat voor een sectoranalyse van de hedendaagse beeldende kunst in | M HKA, Antwerpen |
|---|------------------|



|  |  |
|--|--|
| Antwerpen  |  |
| Gericht communiceren met jongeren: een update van het communicatieplan van Het Entrepot  | Het Entrepot, Leuven                     |
| Tekort of overbodige luxe? Onderzoek naar het draagvlak van een bemiddelingsbureau voor auteurslezingen in Vlaanderen                                    | Vlaams Fonds voor de Letteren, Berchem   |
| Klantenonderzoek Cultuurcontactpunt Vlaanderen   | Cultuurcontactpunt Vlaanderen, Brussel   |
| De mogelijkheden van prijszettingmethoden in KVS (Stadstheater Brussel) en Westrand (Cultuurcentrum Dilbeek)   | KVS Brussel<br>Cultuurcentrum Dilbeek    |
| Content is cash. Een marketingstrategie voor Dominsino Media ter voorbereiding op de toekomst van custom media.  | Domensino Media, Berchem                 |
| Onderzoek naar de effectiviteit van de interne en externe communicatie van Jeugd en Muziek Vlaanderen  | Jeugd en Muziek Vlaanderen, Brussel      |
| Publieksbemiddeling: een kwalitatief onderzoek naar het gebruik van zaalteksten in de Vlaamse hedendaagse beeldende kunstsector                          | BAM, Gent                                |
| There's always something new at Manhattan's oldest house. A detailed research of the marketing department at Morris-Jumel Mansion.                       | Morris-Jumel Mansion, Manhattan          |
| Open Monumentendag participatie van jongeren (16- 26 jaar) Kwalitatief onderzoek naar aanbevelingen omtrent communicatie en aanbod                       | Open Monumentendag Vlaanderen, Antwerpen |
| De staat van de klasbibliotheek anno 2011. Een kwantitatief en kwalitatief onderzoek in het gewoon lager onderwijs                                       | Boek.be, Borgerhout                      |
| Het Firmament in de Brusselse Poort. Een doelgroepengericht communicatiebeleid voor Het Firmament, (t)Huis voor figurentheater, in een nieuwe locatie    | Het Firmament, Mechelen                  |
| Publieksonderzoek naar de educatieve afdeling van Muziekcentrum TRIX   | Trix Muziekcentrum, Borgerhout           |
| Jeugdbeweging in residence: wat kan De Studio betekenen voor het vrijwillige jeugdwerk in Antwerpen?   | Villanella, Antwerpen                    |
| De reactie in het ticketprijsbeleid van cultuurcentra op de evolutie van uitkoopsommen en partageregelingen  | Locus, Brussel                           |
| Onderzoek van de educatieve werking van Muziekcentrum TRIX via een benchmark (vertrouwelijk)   | Trix Muziekcentrum, Borgerhout           |
| De Inktaap over de grenzen heen. Een onderzoek naar het bevorderen van interactie tussen juryleden uit het Nederlandse taalgebied                        | Villanella, Antwerpen                    |
| Fashion Farm, platform voor jonge modeontwerpers: Kwalitatief onderzoek naar de mogelijke rentabiliteit van het modeproject                              | Haak vzw, Antwerpen                      |
| Culturele Infrastructuur: all about being different? Onderzoek naar de repetitieuimtes en mogelijkheden tot zaalverhuur van Muziekcentrum TRIX Antwerpen | Trix Muziekcentrum, Borgerhout           |
| Onbekend is onbemind: hoe financiële tussenpersonen CultuurInvest kunnen helpen bij het aanleveren van kwalitatieve dealflow - een strategisch onderzoek | CultuurInvest, Brussel                   |
| Witte de With doorgelicht. Analyse van de organisatie en algemene werking met betrekking tot financiering en fondsenwerving (vertrouwelijk)              | Witte de With, Rotterdam                 |
| Hoe de ambities van het S.M.A.K. financieren? (vertrouwelijk)  | S.M.A.K.<br>Gent                         |
| Digitalisering bij VRT en VMMA: SWOT analyse en strategieën voor de toekomst   | VRT, Brussel                             |
| Scheld'apen verhuist! Een communicatieplan voor de verhuis van Scheld'apen in 2013   | Scheld'apen, Antwerpen                   |
| Cultuur werkt! Een onderzoek naar de werkgelegenheid, gecreëerd door de oprichting en werking van het Stadsmuseum Gent (STAM)                            | STAM, Gent                               |
| Kritische analyse van de internationale werking van het cultuurbeleidsplan van de Stad Antwerpen (vertrouwelijk)   | Departement Cultuur, Stad Antwerpen      |

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Marketingplan voor Veilinghuis Bernaerts   | Veilinghuis Bernaerts, Antwerpen   |
| waardebepaling en opvolgingsproblematiek (vertrouwelijk)   | Wouters & Hendrix jewelry, Brussel |
| Communicatieonderzoek naar de jongerenmarkt van de ontwerper Michaël Verheyden   | Michaël Verheyden, Antwerpen       |
| Gent Jazz Festival: financiële analyse van de partnerwerking (vertrouwelijk)   | Jazz Festival, Gent                |
| De internationale praktijk van het figurentheater. Een onderzoek voor THEATER FROEFROE   | Theater FroeFroe, Mechelen         |
| Instroom en uitstroom bij IJD: personeelsmotivatie in de sector van het jeugdwerk (vertrouwelijk)  | IJD, Gent                          |
| De bibliotheek als open podium. Een onderzoek naar de omschakeling van openbare bibliotheek Tweebronnen naar een belevenisbibliotheek  | Openbare bibliotheek, Leuven       |
| Risicomangement binnen Cultuur-Ondernemen: Inventarisatie en Beheersmaatregelen (vertrouwelijk)  | Cultuur-Ondernemen, Amsterdam      |
| De noden en verwachtingen die er heersen omtrent creativiteit en architectuurcultuur   | VAi, Antwerpen                     |
| De p van passie: Een onderzoek naar de marketingstrategieën in kunst en design   | Valerie Traan, Antwerpen           |
| Naar een beter merchandisingbeleid bij Music Hall: een publieksonderzoek.  | Music Hall, Antwerpen              |
| Alle 13 beter! Een strategisch marketingonderzoek naar voorstellingenreeks Alle 13 goed! van jeugdtheater De Krakeling   | De Krakeling, Amsterdam            |
| De meerwaarde van cultuurtoeristische nevenprojecten voor ontwerpers - Case Michaël Verheyden  | Michaël Verheyden, Antwerpen       |
| Partnerships at the Smithsonian - An Assessment of the Rewards, Risks, and Challenges of Educational Partnerships (vertrouwelijk)  | Smithsonian, Washington            |
| Nieuwe marketingtechnieken in een veranderende uitgeverijwereld: een marketingonderzoek voor Uitgeverij Vrijdag  | Uitgeverij Vrijdag, Antwerpen      |
| Processen bij programmeren: een prospectie naar praktijk. Een onderzoek naar het programmatieproces en de pijnpunten ervan binnen de cultuur- en gemeenschapscentra.   | Locus, Brussel                     |
| Het Grachtenfestival - Een onderzoek naar de mogelijkheden om de continuïteit en de rendabiliteit van de discontinue bedrijfsvoering van het Grachtenfestival door samenwerking te verbeteren  | Grachtenfestival, Amsterdam        |
| Een onderzoek naar de nood en de mogelijkheden van een eigen locatie voor Democracy  | Democracy, Gent                    |
| Analyse van een traditionele en familiale juwelierszaak  | Juwelenhuis Ruys, Antwerpen        |
| Communicatiebeleid en marketingplan voor Theater aan de Stroom   | Theater aan de Stroom, Antwerpen   |
| Waar komen toegepaste kunstenaars terecht na hun opleiding aan de Koninklijke Academie voor Schone Kunsten van Antwerpen? Een kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar hybride loopbanen van grafisch ontwerpers, modeontwerpers, fotografen, theaterkostuumontwerpers, juweelontwerpers en edelsmeden | Artesis, Antwerpen                 |
| Onderzoek naar welke communicatiestrategieën de Arenbergschouwburg kan hanteren om ALLE aspecten van de werking te communiceren zodat het publiek een ruimer beeld krijgt van de werking.  | Arenbergschouwburg, Antwerpen      |
| Waarom zo veel? Een onderzoek naar de prijszetting binnen de Interdiocesane Jeugd Dienst   | Interdiocesane Jeugd Dienst, Gent  |

|   |   |
|---|---|
| EEN GOED VERHAAL IS TIJDLOOS Benchmark-onderzoek naar de voorwaarden voor publieksparticipatie en –interactie in het kader van het eeuwfeest van Vooruit Kunstencentrum vzw                               | Vooruit Kunstencentrum vzw, Gent            |
| Proeven van Cultuur: Een onderzoek naar jongeren als doelgroep voor de Cultuurmarkt van Vlaanderen  | Cultuurmarkt, Antwerpen                     |
| Jeugdtheaterhuis Larf!: Een onderzoek naar een betere beeldvorming binnen de wereld van cultuurcentra en kunstencentra  | Jeugdtheaterhuis Larf, Gent                 |
| Het internationaal festival voor hedendaagse muziek in de schijnwerpers. Een kwalitatief onderzoek naar aanbevelingen voor en het belang van Ars Musica.  | Ars Musica, Brussel                         |
| HET PALEIS: een voortrekker op het vlak van kindertheater in West-Europa? Een vergelijkend onderzoek tussen gesubsidieerde kindertheaterhuizen in West-Europa.  | Het Paleis, Antwerpen                       |
| Virale marketing als middel om activiteiten van het M HKA beter te ontsluiten. Een analyse en een plan van aanpak   | M HKA, Antwerpen                            |
| Inzichten in de kunst van communicatie - Een kritische analyse van de communicatie van Kunst in Zicht met aanbevelingen voor het communicatiebeleid in de toekomst en een aanzet tot een communicatieplan | Kunst In Zicht, Turnhout                    |
| Een onderzoek naar de efficiëntie van de huidige promotiemiddelen voor de concerten van Live Nation   | Live Nation Belgium                         |
| Van Vlaamse Museumvereniging naar ICOM Vlaanderen: nieuwe kansen?   | FARO, Brussel                               |
| Een dienst educatie voor het Koninklijk Ballet van Vlaanderen   | Koninklijk Ballet van Vlaanderen, Antwerpen |
| Evaluatie van de werking van ZebrArt: een SWOT analyse  | ZebrArt, Brussel                            |
| Gids voor een perceptieonderzoek in het M HKA   | M HKA, Antwerpen                            |
| Gluren naar de burens. Hoe moet het verder met de buitenlandse samenwerking in cultuurcentrum De Spil?  | De Spil, Roeslare                           |
| Cultuurparticipatie van jongeren in S.M.A.K.  | S.M.A.K., Gent                              |
| Boek en markt. De effectiviteit van subsidies   | Vlaams Fonds voor de Letteren, Berchem      |
| De financieringsbronnen van Courtisane Filmfestival: zijn de subsidies voldoende of moet er gezocht worden naar sponsors?   | Courtisane Filmfestival, Gent               |
| Subsidieregeling in de Provincie Antwerpen: onderzoek naar de regionale spreiding en impact van de subsidies van het departement Cultuur  | Departement Cultuur, Provincie Antwerpen    |
| Analyse van de interne communicatie van het Koninklijk Conservatorium Brussel. De elementen van de opbouw.  | Koninklijk Conservatorium, Brussel          |
| Balanceren op de grens: vooronderzoek naar samenwerking tussen de Warande en Tilburgse culturele instellingen   | De Warande, Turnhout                        |
| Christian Wijnants x ? De ontwikkeling van een strategisch co-brandingplan  | Christian Wijnants, Antwerpen               |
| Hoe zien de verschillende stakeholders de invulling van het gemeenschapscentrum in Kalmthout  | Gemeenschapscentrum, Kalmthout              |
| Kim Stumpf: een communicatieplan.   | Kim Stumpf                                  |
| Is het nog rendabel voor Vlaamse pop- en rockmuzikanten om een cd te maken?   | Eyeworks, Zaventem                          |
| Communicatieplan Cultuur Centra District Antwerpen  | Cultuur Centra District, Antwerpen          |
| Rechtsvormen voor de beeldende kunsten. Een aanzet in het onderzoek naar alternatieve organisatievormen in de beeldende-kunstensector (vertrouwelijk)   | BAM, Gent                                   |
| Verkenning van het buitenland in het binnenland. Onderzoek naar de mogelijkheden tot spreiding in Wallonië voor Compagnie Cecilia   | Compagnie Cecilia, Gent                     |

## Academisch jaar 2009-2010

|  |  |
|--|--|
| De Radioboeken van deBuren. Een kwalitatief onderzoek naar hun positie in het letterenveld en binnen de werking van het Vlaams-Nederlands Huis deBuren | DeBuren<br>Leopoldstraat 6, 1000<br>Brussel  |
| Haalbaarheidsstudie naar de exploitatie van de foyer van de vzw H&L  | Lod<br>Bijlokekaai 3, 9000 Gent  |
| De identiteit en functie van muziekmanagementbureaus in de manifestering van Vlaamse pop- en rockartiesten in het buitenland                           | Muziekcentrum vzw<br>Steenstraat 25, 1000<br>Brussel   |
| Mag het wat meer zijn? Een onderzoek naar de ondersteuning van auteurslezingen in Vlaanderen   | Vlaams Fonds voor de<br>Letteren Generaal van<br>Merlenstraat 30, 2600<br>Berchem            |
| Van schieten met hagel naar telescoopvizier. Strategie ter verhoging van de gezinsparticipatie aan Erfgoeddag  | Faro<br>Priemstraat 51, 1000<br>Brussel  |
| Kwaliteitsmonitoring voor collectiebeherende cultureel-erfgoedorganisaties in Vlaanderen. Een stand van zaken in internationaal perspectief            | Faro<br>Priemstraat 51, 1000<br>Brussel  |
| Het koopbeslissingsproces van toeschouwers van Muziektheater Transparant. Kwantitatief onderzoek   | Muziektheater Transparant<br>Leopoldplaats 10 bus 1,<br>2000 Antwerpen                       |
| Interne communicatie binnen B'Rock: Sociale Media als oplossing? (Vertrouwelijk)   | B'Rock<br>Vilkenstraat 103, 9000<br>Gent   |
| Onbekend is onbemind? Publieks- en tevredenheidsonderzoek bij muziekcentrum TRIX in Borgerhout   | Trix Muziekcentrum<br>Noordersingel 28-30, 2140<br>Borgerhout                                |
|  | Vlaams Fonds voor de<br>Letteren Generaal van<br>Merlenstraat 30, 2600<br>Berchem            |
| UITDAGINGEN VOOR HET ORGANISATIEMANAGEMENT VAN CREATIEVE BEDRIJVEN: EEN CASE STUDY VAN DE ARCHITECTENPRAKTIJK L'ESCAUT                                 | L'Escant Architecture<br>Scheldestraat 60, 1080<br>Sint-Jans-Molenbeek                       |
| Omgevingsanalyse van Washington Project for the Arts   | Washington Project for the<br>Arts<br>United States  |
| Van Steenstraat tot Muziekstraat (Vertrouwelijk)   | AB<br>Anspachlaan 110, 1000<br>Brussel   |
| ULTIMA VEZ, NAAR EEN OPEN HUIS IN SINT-JANS-MOLENBEEK: Strategisch Proces voor de werking in een nieuwe buurt  | Ultima Vez<br>Koolmijnenkaai 34, 1080<br>Brussel   |
| EEN STRATEGISCHE VISIE OM DE MERKEN UIT EN VLIEG TE VERSTERKEN BINNEN HET UITNETWERK   | Cultuurnet Vlaanderen<br>Sint-Gisleinstraat 62, 2000<br>Brussel                              |
| Onderzoek naar de noden en wensen inzake cultuureducatie in het lager onderwijs  | Canon Cultuurcel<br>Hendrik<br>Consciencegebouw, Koning<br>AlbertII-laan 15, 1210<br>Brussel |
| Uitbouw van beschrijf.be. Een onderzoek naar een verdere virtuele werking voor Het beschrijf   | Het beschrijf<br>Antoine Dansaertstraat 46,  |

|  |  |
|--|--|
|  | 1000 Brussel   |
| Wat kost cultuur? Een poging tot nauwkeurigere kostprijscalculatie in cultuurcentrum de Werft te Geel  | Cultuurcentrum De Werft<br>Werft 32, 2440 Geel   |
| Vlaams cultuurmanagement in de schijnwerper. Kwalitatief onderzoek naar de verhouding tussen artistieke en zakelijke leiding binnen het gesubsidieerd cultureel landschap in Vlaanderen  | Departement Cultuur,<br>Jeugd, Sport en Media<br>Arenbergstraat 9, 1000<br>Brussel         |
| Aanbevelingen tot het uitwerken van een structurele erfgoededucatie- en jongerenwerking bij Open Monumentendag Vlaanderen  | Open Monumentendag<br>Vlaanderen Oude Beurs 27,<br>2000 Antwerpen                          |
| Digitale werking in Kunstencentrum Vooruit. Aanzet naar een nieuwe strategie   | Kunstencentrum Vooruit<br>Sint-Pietersnieuwstraat 23,<br>9000 Gent                         |
| Rapportering in de culturele sector. Een duurzaamheidsverslag voor Rosas.  | Rosas<br>Van Volxemlaan 164, 1190<br>Brussel   |
| Vinden kunsten en publiek elkaar een STUK beter? Kwantitatief onderzoek naar het publiek van STUK ter verbetering van communicatie en tevredenheid                                       | STUK<br>Naamsestraat 96, 3000<br>Leuven  |
| 'DOE MEE EN WIN!' PUBLIEKSONDERZOEK BIJ BRUSSELS PHILHARMONIC - HET VLAAMS RADIO ORKEST En HET VLAAMS RADIO KOOR   | Vlaams Omroeporkest en<br>Kamerkoor vzw<br>Eugène Flageyplein 18,<br>1050 Brussel          |
| De gekleurde werkelijkheid. Danspunt in Zuid-Afrika: een kwalitatief onderzoek naar de output en het management van het Batsha-Jeugd project   | Danspunt<br>Abrahamstraat 13, 9000<br>Gent   |
| Een Communicatieplan. Aanbevelingen m.b.t. het optimaliseren van de externe communicatie   | CC Hasselt<br>Kunstlaan 5, 3500 Hasselt  |
| Break on through, to the other side. Over doorgroeimogelijkheden van Vlaamse semi-professionele popmuzikanten door de versterking van de Vlaamse popmuzieksector                         | Poppunt<br>Bloemenstraat 32, 1000<br>Brussel   |
| Een kwalitatief onderzoek naar de verschillende grafische periodes en stijlen binnen de affiches van HETPALEIS: meningen van HETPALEISkenners en niet-HETPALEISkenners in kaart gebracht | Het Paleis<br>Meistraat 2, 2000<br>Antwerpen   |
| rekto:verso. Een herpositionering  | Rekto.verso<br>Gouvernementstraat 7,<br>9000 Gent  |
| Brussels Philharmonic – Vlaams Radio Orkest: Prijsbepaling van een concert   | Brussels Philharmonic VRO<br>- Vlaams Radio Koor<br>Eugène Flageyplein 18,<br>1050 Brussel |
| Communicatie m.b.t. jongeren bij Zomer van Antwerpen   | Antwerpen Open/ zomer<br>van Antwerpen<br>Kammenstraat 18, 2000<br>Antwerpen               |
| Ruimte voor alternatieve financiering? De minitoelage  | CJSM - Kunsten en Erfgoed<br>Arenbergstraat 9, 1000<br>Brussel                             |
| Het imago van het Huis van Alijn   | Het Huis van Alijn<br>Kraanlei 65, 9000 Gent   |
| Communiceren is (g)een kunst. Een communicatieplan voor de opening van The Open University of Diversity  | bvba The Cosmopolitan<br>Chicken<br>Gestelstraat 13, 3670<br>Meeuwen                       |

|  |  |
|--|--|
| NIEUW GEVONDEN GOUDMIJN OF BODEMLOZE PUT? ONDERZOEK NAAR DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN ALTERNATIEVE CONTENT VOOR DE BIOSCOOPSECTOR (Vertrouwelijk)           | Kinepolis Group NV<br>Schelde 1, Moutstraat 132-146, 9000 Gent             |
| Zilvermuseum Sterckshof: analyse van de internationale werking   | Zilvermuseum Sterckshof<br>Hooftvundelei 160, 2100 Antwerpen               |
| Samenwerking en integratie tussen BredaPhoto, Graphic Design Festival Breda en Internationa I Film Festival Breda. Beeldcultuur als leidend perspectief. | Stichting C<br>Reigerstraat 18, 4811 XB Breda, Nederland                   |
| CC De Biekorf: Onderzoek naar de marketingcommunicatie. Aanzet tot een communicatieplan  | GC De Biekorf<br>Stationstraat 23, 9280 Lebbeke                            |
| Souvenir et Taire? Kwantitatief publieks- en imago-onderzoek Kasteel Van Gaasbeek  | Kasteel van Gaasbeek<br>Kasteelstraat 40, 1750 Gaasbeek                    |
| “Interne en Externe Analyse van Cultuureducatie binnen Lantaren/Venster”   | Lantaren-Venster<br>Gouvernestraat 133, 3014 PM Rotterdam, Nederland       |
| Effectiviteit en efficiëntie in de communicatie van Leuven in Scène  | Leuvenement vzw<br>Brusselsestraat 63, 3000 Leuven                         |
| Control, or Surrender? Een mapping van en beleidsonderzoek naar de creatieve industrie in Antwerpen  | Stad Antwerpen - Werk en Economie<br>Meir 21, 2000 Antwerpen               |
| malperTHUIS IN TIELT? Een onderzoek naar de relatie tussen Theater Malpertuis en de stad Tielt   | theaterMalpertuis<br>Stationstraat 25, 8700 Tielt                          |
| Proteus, een nieuwe acteursmythe? Kwalitatief onderzoek naar hybride acteursloopbanen  | Vti<br>Saintelettesquare 19, 1000 Brussel                                  |
| De internationale praktijk in het jeugdtheater. Een onderzoek voor 4hoog   | 4Hoog<br>Kazemattenstraat 17, 9000 Gent                                    |
| Een communicatieplan voor Creatief Schrijven   | Creatief Schrijven<br>Zirkstraat 36, 2000 Antwerpen                        |
| Welk studentenscenario voor AFF? Onderzoek naar het bereiken van de Leuvense studenten voor het Afrika Filmfestival                                      | Film en cultuurpromotie/<br>Afrika Filmfestival<br>Lodreef 52, 3010 Leuven |
| Liber Flordidus, cartografie rond 1100: Doelgroepenbepaling en communicatieplan  | Ugent Geografie<br>Krijgslaan 281/58, 9000 Gent                            |
| De Academia Belgica te Rome. Omgevings- en interne communicatieanalyse (Vertrouwelijk)   | Academia Belgica<br>Via Omero 8, I-00197 Rome, Italië                      |
| Geven en nemen. Een analyse van de kostenstructuur van uitkoopsommen bij gesubsidieerde klassieke muziekensembles en symfonische orkesten                | Muziekcentrum<br>Vlaanderen Steenstraat 25, 1000 Brussel                   |
| Beloning en engagement in de beeldende kunsten en de podiumkunsten: een vergelijking   | VOBK<br>Bijlokekaai 7h, 9000 Gent  |

## Academisch jaar 2008-2009

|   |   |
|---|---|
| Communicatie en marketing naar jongeren voor het Museum Dr. Guislain. 'Hoe de uitdaging van de 1 euro-maatregel aangaan?'   | Museum dr. Guislain<br>Jozef guislainstraat 43,<br>9000 Gent                                    |
| Festival van Vlaanderen Brussel:<br>Analyse van de sponsor  | Festival van Vlaanderen<br>Ravenstein 36, 1000<br>Brussel                                       |
| Kostenbeheersing binnen Toneelhuis: een nieuw model als management tool   | Toneelhuis<br>Orgelstraat 7, 2000<br>Antwerpen  |
| Een onderzoek naar cultuurcommunicatie in Boechout  | Gemeente Boechout<br>Jef Van Hoofplein 20<br>2530 Boechout                                      |
| Waar komen kunstenaars terecht na hun opleiding aan de KASKA? Een kwalitatief onderzoek   | NICC<br>Lange winkelstraat 26,<br>2000 Antwerpen  |
| Open Doek voor scholen: meer dan film.<br>Een onderzoek naar de tevredenheid en de behoeften van het onderwijs betreffende het scholenaanbod van Filmfestival Open Doek | Filmfestival Open Doek<br>Warandestraat 42, 2300<br>Turnhout                                    |
| Mensen in armoede en Vlaamse film. Een onderzoek naar mogelijkheden om mensen in armoede toe te leiden naar Vlaamse filmproducties in de bioscoop (Vertrouwelijk)       | Vlaams Audiovisueel Fonds<br>Bischofsheimlaan 38, 1000<br>Brussel                               |
| Ontwikkeling van een visie op de museumshop   | Vlasmuseum<br>Etienne Sabbelaan 4, 8500<br>Kortrijk   |
| Vinger aan de pols: Onderzoek naar de relatie tussen oKo, haar leden en stakeholders  | Oko<br>Saintelettesquare 19 bus<br>6, 1000 Brussel  |
| Inkomstenbronnen voor Vlaamse artiesten bedreigd door illegaal downloaden   | Muziekcentrum<br>Vlaanderen<br>Steenstraat 25, 1000<br>Brussel                                  |
| Ezeltje strekje? Een vooronderzoek naar sponsorwerving voor het Afrika Filmfestival   | Afrika Filmfestival<br>Elfnovemberlaan 29,<br>Leuven  |
| Cultuurparticipatiebeleid stedelijke en niet-stedelijke cultuuractoren Antwerpen. Beleidsvoorbereidend onderzoek Actieplan Participatie stad Antwerpen                  | Cel Lokaal cultuurbeleid<br>Stad Antwerpen<br>Kipdorpvest 40-42, 2000<br>Antwerpen              |
| Van volksverheffing tot marktstrategie. Motieven en methoden van publiekswerking in de podiumkunstenpraktijk van Vlaanderen en Nederland                                | De Brakke Grond<br>Nes 45, Amsterdam,<br>Nederland  |
| De receptieve participatie aan de amateurkunsten in Vlaanderen. Een publieksonderzoek binnen de disciplines theater, dans, beeldende kunsten en beeldexpressie          | vzw Forum voor<br>Amateurkunsten<br>Abrahamstraat 13, 9000<br>Gent                              |
| Analyse van mediakunstpraktijk in onderwijs en onderzoek in Vlaanderen (Vertrouwelijk)  | Vlaams Ministerie van<br>Cultuur, Jeugd, Sport en<br>Media<br>Arenbergstraat 9, 1000<br>Brussel |
| Onderzoek naar de zelforganisatie van het informele netwerk B-Patt  | de Pianofabriek<br>Fortstraat 35, 1000 Brussel  |

|   |   |
|---|---|
| De Universiteit Antwerpen als cultuurmissionaris: mission impossible?<br>Een onderzoek naar het cultureel gedrag van UA-studenten, en de plaats daarin van de cultuurcheque | Universiteit Antwerpen  |
| Een vergelijkende analyse van het infrastructuurbeheer van culturele instellingen   | De Bijloke<br>Bijlokekaai 7, 9000 Gent                                      |
| Een tien voor kunst en cultuur? Kunst- en cultuureducatie in het secundair onderwijs te Dendermonde   | CC Belgica<br>Kerkstraat 24, 9200 Dendermonde                               |
| Van versnippering naar visie. Onderzoek naar de uitdagingen van het Vlaams Fonds voor de Letteren rond het literaire middenveld   | Vlaams Fonds voor de Letteren<br>Generaal van Merlenstraat 30, 2600 Berchem |
| Een brochure onder de loep: Effectiviteitsmeting van de collectieve seizoensbrochure voor de Gentse musea   | Gent cultuurstad<br>Bijlokekaai 7B, 9000 Gent                               |
| Een onderzoek naar de financiële leefbaarheid van amateurtheatergezelschappen met een eigen infrastructuur  | Opendoek<br>Zirkstraat 36, 2000 Antwerpen                                   |
| Kapitaalbreng door Cultuurinvest in de modesector (Vertrouwelijk)   | Cultuurinvest<br>Oude Graanmarkt 63, 1000 Brussel                           |
| Onderzoek naar de mogelijkheden voor de uitbouw van een educatieve werking voor jongeren van het secundair onderwijs bij Contour Mechelen                                   | Contour Mechelen vzw<br>Sint-Romboutskerkhof 2, 2800 Mechelen               |
| Een blik op de levensloop en het management van kunst in bedrijven: knelpunten en mogelijkheden tot publiek-private samenwerking  | BAM<br>Bijlokekaai 7d, 9000 Gent  |
| Aanwijzingen in de kantlijn: Een onderzoek naar een gestructureerde samenwerking tussen Brugge Plus en Musea Brugge   | Brugge Plus<br>Huis Perez de Malverda, Wollestraat 53, 8000 Brugge          |
| Een marktonderzoek en een businessplan voor het Orkest der Lage Landen in Franstalig België en Noord-Frankrijk  | Het orkest der lage landen<br>Pompstraat 6, 2400 Mol                        |
| Film en fiscaliteit hand in hand: een analyse van tax shelter-financiering bij Vlaamse langspeelfilm  | Eyeworks<br>Fabrieksstraat 43, 1930 Zaventem                                |
| De efficiëntie en de effectiviteit van de SWOT-analyse voor lokale cultuurbeleidsplannen (2008-2013): een inhoudsanalyse  | LOCUS<br>Priemstraat 51, 1000 Brussel                                       |
| Studenten en Cultuurparticipatie: Een studie in Antwerpen, Gent en Kortrijk   | CJP<br>Saintelettesquare 19, 1000 Brussel                                   |
| Cultuurcommunicatie naar Gentse deelgemeenten: een analyse van de communicatiestructuur binnen de deelgemeente Ledeberg   | Circa - stad Gent<br>Veldstraat 82, 9000 Gent                               |
| Een kwalitatief onderzoek naar aanbevelingen voor en het belang van Sigma, overleg voor lokale kunsteducatieve bemiddeling  | Lasso<br>Sainteletteplein 19, 1000 Brussel                                  |
| De internationale praktijk in de muziektheatersector: een blik achter de schermen   | Vti<br>Saintelettesquare 19, 1000 Brussel                                   |



|  |   |
|--|---|
| Kennis delen is verdubbelen: Netwerking voor collectiebehoud en -beheer. De Vlaamse musea en hun deelname aan internationale netwerkorganisaties.              | FARO<br>Priemstraat 51, 1000<br>Brussel                                 |
| Kunst in de publieke ruimte. Krijtlijnen voor een kwalitatief lokaal beleid  | gemeente Willebroek<br>A. Van Landeghemstraat<br>99, 2830 Willebroek    |
| Uit in 't stad. Kan cultuur tegelijkertijd van 'A' en van UIT zijn? Over de integratie van een cultuur- en vrijetijdsbrand in een citymarketingcampagne        | Prospekta<br>Grote Markt 13, 2000<br>Antwerpen                          |
| Een aanzet tot een kostenbaten-evaluatie van de kortlopende uitgaande bruiklenen van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen 2004 tot en met 2008  | KMSKA<br>Plaatsnijderstraat 2, 2000<br>Antwerpen                        |
| Ontwikkeling van een managementtool voor het agentschap Kunsten en erfgoed ter opvolging van uitkoopsommen   | Iva Kunsten en Erfgoed<br>Arenbergstraat 9, 1000<br>Brussel             |
| Cultuur in dialoog. Kwalitatief onderzoek naar kritische succesfactoren voor een platformwerking in de (socio-)culturele sector, in opdracht van vzw Prospekta | Prospekta<br>Grote Markt 13, 2000<br>Antwerpen                          |
| Arts & business: een relatie die verder gaat dan sponsoring  | BAM<br>Bijlokekaai 7d, 9000 Gent  |
| De O.-L.-Vrouwekathedraal van Antwerpen: de publiekswerking en de wens tot educatie  | O-L-Vrouwe Kathedraal<br>Antwerpen<br>Groenplaats 21, 2000<br>Antwerpen |
| Naar een versterkte werking voor jongvolwassenen (19-26 jaar). Het Museum Dr. Guislain in het kielzog van de 1 euro-maatregel.                                 | Museum dr. Guislain<br>Jozef guislainstraat 43,<br>9000 Gent            |
| Onderzoek charts en het concertbezoek (Vertrouwelijk)  | Muziekcentrum<br>Vlaanderen<br>Steenstraat 25, 1000<br>Brussel          |
| Een marketingplan voor het Vlasmuseum : een museum voor de vlascultuur in de Leiestreek  | Vlasmuseum<br>Etienne Sabbelaan 4, 8500<br>Kortrijk                     |
| Aanzet tot een beleidsplan voor Cultuurcentrum Ekeren  | Cc Ekeren<br>Veltwijcklaan 27, 2180<br>Ekeren                           |
| Contour Mechelen vzw. Onderzoek naar de ontwikkeling van een kunsteducatief vrijetijdsaanbod voor jongeren van 12 tem 18 jaar                                  | Contour Mechelen vzw<br>Sint-Romboutskerkhof 2,<br>2800 Mechelen        |
| Concurreren binnen de 'kinder-creatieve industrie': een strategie voor Kapitein Winokio (Vertrouwelijk)  | Kapitein Winokio<br>Zegelstraat 13, 2140<br>Borgerhout                  |
| Aanzet tot een businessplan voor het kamermuziekensemble MP21  | Kamermuziekensemble<br>MP21<br>Beaulieustraat 3, Arnhem                 |
| De rol van de galeriehouder in het kunstenlandschap: tussen publieke en private verzamelingen  | Koraalberg<br>Pourbusstraat 5, 2000<br>Antwerpen                        |
| Mogelijkheden en kansen tot internationale subsidiëring en financiering. Een onderzoek voor het internationale Vlaamse dansgezelschap Damaged Goods            | Damaged Goods<br>Olv van Vaakstraat 83,<br>1000 Brussel                 |
| Wat is de artistieke identiteit van Croxhapox? Een onderzoek naar de positie   | Croxhapox   |

|   |   |
|---|---|
| van Croxhapox vanuit het kunstenveld  | Lucas Munichstraat 76-82,<br>9000 Gent                                      |
| Het Kaai en de Branding. Een onderzoek naar het merk "Kaaitheater". Sluit het imago aan bij de identiteit van het huis? Of hoe merkbeleid een kompas kan zijn bij alle aspecten van de werking. | Kaaitheater<br>Akenkaai 2, 1000 Brussel                                     |
| Kunst- en cultuureducatie en het Buitengewoon Secundair onderwijs: een onderzoek naar valkuilen en belemmeringen  | Prospekta<br>Grote Markt 13, 2000<br>Antwerpen                              |
| Gedeelde herinnering? Erfgoed en culturele diversiteit in Antwerpen   | MAS/ Erfgoedcel<br>Antwerpen<br>Adriaan Brouwerstraat 20,<br>2000 Antwerpen |
| Publieksgeheimen ten tonele gevoerd. Kwantitatief onderzoek naar het publiek van Toneelhuis ter verbetering van de marketing en communicatie  | Toneelhuis<br>Komedielaats 18, 2000<br>Antwerpen                            |
| Kwalitatief publieksonderzoek: Onderzoek naar de remmende factoren die het participatiegedrag van occasionele en potentiële Toneelhuisbezoekers beïnvloeden.                                    | Toneelhuis<br>Komedielaats 18, 2000<br>Antwerpen                            |
| Onderzoek naar het filmaanbod in Vlaamse cultuurcentra. Casestudy cultuurcentrum 't Getouw.   | Cultureel centrum 't<br>Getouw<br>Molenhoekstraat 2, 2400<br>Mol            |
| Onderzoek naar de invloed van de maximumfactuur op het scholierenbezoek in Antwerpse cultuurcentra.   | CC Deurne   |
| Illustratie in de galerie. Een businessplan voor Printgallery   | PrintGallery<br>Muntstraat 8, 2000<br>Antwerpen                             |
| Cultuurparticipatie van jongeren: Analyse van cultuurkortingen in Antwerpen   | CJP<br>Saintelettesquare 19,<br>1000 Brussel                                |
| Begeerte creëren en behouden. Een communicatieplan voor Behoud de Begeerte vzw  | Behoud De Begeerte<br>De Coninckplein 25, 2060<br>Antwerpen                 |
| De rol van Open Doek in de citymarketing van de stad Turnhout   | Open Doek<br>Warandestraat 42, 2300<br>Turnhout                             |
| Het communicatiebeleid van Courtisane. Aanbevelingen en aandachtspunten   | Courtisane vzw<br>Molenaarsstraat 111 bus<br>66, 9000 Gent                  |
| Strategisch plan voor de cultuurdienst van Universiteit Antwerpen   | Universiteit Antwerpen  |
| Zin in erfgoed = zin in 'A'. Een beleidsstudie voor een betere erfgoedwerking tussen MAS  Erfgoedcel Antwerpen en de districten   | MAS/ Erfgoedcel<br>Antwerpen<br>Adriaan Brouwerstraat 20,<br>2000 Antwerpen |
| Van Loods tot Schouwburg. Invulling en haalbaarheid van een nieuwe infrastructuur voor cultuur in de gemeente Essen   | Gemeentebestuur Essen<br>Afdeling Vrije Tijd<br>Heuvelplein 23, 2910 Essen  |
| Sponsorplan voor LOD  | Lod<br>bijlokekaai 3, 9000 Gent   |
| Een Europees netwerk voor beeldende kunst Kader en voorbereidend onderzoek  | BAM<br>Bijlokekaai 7d, 9000 Gent  |
| Aanzet tot beleidsplan voor Spelersgroep De Sprook met het oog op een structurele subsidieaanvraag  | De Sprook (Gent)  |

## Academisch jaar 2007-2008

| Onderwerp   | Instelling   |
|---|--|
| Van zonnebader tot museumbezoeker. Publieksonderzoek op het Bloso-domein te Hofstade met een terugkoppeling naar de werking van Sportimonium                                | Sportimonium, Hofstade                                     |
| Les Nuits Botanique: een publieksonderzoek  | Botanique, Brussel   |
| De artiestencontracten van Kunstencentrum Vooruit: een analyse van de aard van de arbeidsrelatie tussen organisator en artiest  | Kunstencentrum Vooruit, Gent                               |
| Casus Campo: de interferentie van beleid en management. Van beleid tot na de fusie  | Campo, Gent  |
| Interculturaliteit in het aanbod van Cultuurcentrum Genk  | Cultuurcentrum Genk  |
| Onderzoek naar efficiëntie: van programmering tot opvoering (Vertrouwelijk)   | De Brakke Grond, Amsterdam                                 |
| Hoe hoog scoort HETPALEIS voor het onderwijs?<br>Tevredenheidsonderzoek voor HETPALEIS bij de tweede en derde graad van de secundaire scholen van het Antwerpse stadsgewest | Het Paleis, Antwerpen                                      |
| Een businessplan voor Cimatics  | Cimatics, Brussel  |
| Onderzoek naar de gebruikers van de boekhandel, Boekenbeurs en bibliotheek in de regio Antwerpen en hun onderlinge relatie.   | Boek.be, Antwerpen   |
| Communicatieplan naar de auteurs toe (Vertrouwelijk)  | Clavis Uitgeverij, Hasselt                                 |
| Een samenwerkingsverband tussen de cultuur- en gemeenschapscentra van het Meetjesland   | Comeet, Eeklo  |
| HETPALEIS en de scholen van het stadsgewest Antwerpen: een tevreden samenwerking?   | Het Paleis, Antwerpen                                      |
| Van concept naar constructie<br>Procesmanagement bij culturele-projectcoöperaties   | Faro. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, Brussel |
| Een communicatieplan.<br>Aanbevelingen m.b.t. het optimaliseren van de externe communicatie   | Raamtheater/ BAFF, Antwerpen                               |
| Kunstencentrum De Werf Brugge. Een organisatorische doorlichting van de jazzwerking   | De Werf, Brugge  |
| Doorlichting van het communicatiebeleid van het cultuurcentrum 't Getouw in Mol   | 't Getouw, Mol   |
| Mapping van de relatie tussen individuele kunstenaars en ondersteunende organisaties in de danssector   | VTi, Brussel   |
| De relatie tussen de nieuwe 'home media' en de bioscoop: een onderzoek en beleidsvoorstel voor Kinopolis (Vertrouwelijk)  | Kinopolis  |
| Cultuurbeleidsplan gemeente Deerlijk – voortraject  | Gemeente Deerlijk, Deerlijk                                |
| Een communicatieplan voor het Europees Jeugdfilmfestival Vlaanderen   | Europees Jeugdfilmfestival Vlaanderen, Antwerpen           |
| FABULOUS FRET? Onderzoek naar de lezerstevredenheid van FRET Magazine   | Muziek Centrum Nederland, Amsterdam, NL                    |
| Publiekswerking voor, tijdens en na een sluiting. Marketingplan voor de regionale doelgroep van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen (Vertrouwelijk)         | Koninklijk Museum voor Schone Kunsten, Antwerpen           |
| Onderzoek naar de gebruikers van de boekhandel, Boekenbeurs en bibliotheek in de regio Antwerpen en hun onderlinge relatie  | Boek.be, Antwerpen   |

|   |  |
|---|--|
| Antwerps Sportpaleis – Lotto Arena: een tevredenheidsonderzoek  | Antwerps Sportpaleis NV/ Lotto Arena, Antwerpen  |
| 't Theaterplein is ook van 'A' !<br>Marketinggerichte samenwerking tussen de culturele instellingen op het Theaterplein te Antwerpen: een onderzoek naar de mogelijkheden en aanwezige interesse.                                       | Arenbergschouwburg, Antwerpen                    |
| HETPALEIS: Theaterhuis voor kinderen, jongeren en kunstenaars.<br>Tevredenheidsonderzoek bij het kleuter- en basisonderwijs binnen het stadsgewest Antwerpen  | Het Paleis, Antwerpen                            |
| Een marketingplan voor het Rubenshuis<br>Hoe verkoopt men de 17de eeuw?   | Rubenshuis, Antwerpen                            |
| Participatieonderzoek bij sociaal-culturele verenigingen in het Meetjesland   | Comeet, Eeklo                                    |
| Concurreren met een open aanbod in de Vormingsector. Een strategie voor Stichting Lodewijk de Raet  | Stichting Lodewijk de Raet, Gent                 |
| Een sponsorplan voor het Jeugdfilmfestival Vlaanderen   | Europees Jeugdfilmfestival Vlaanderen, Antwerpen |
| Stilte in meerstemmigheid.<br>Een managementtoolkit voor stilteprojecten  | Centrum Waerbeke, Waarbeke (Geraardsbergen)      |
| Haalbaarheidsstudie met inhoudelijke analyse en afweging van een erfgoedtijdschrift voor stad en regio Mechelen   | Erfgoedcentrum Lamot, Mechelen                   |
| Culturele ondernemers over CultuurInvest. Beantwoordt CultuurInvest aan de financieringsbehoeften van culturele ondernemingen?  | Cultuurinvest (PMV NV), Brussel                  |
| Samenwerking in Brussel: ça marche?<br>Kwalitatief onderzoek naar een pool voor tijdelijke medewerkers en naar een model voor personeelsuitwisselingen tussen Nederlandstalige, Franstalige en meertalige kunstorganisaties in Brussel. | Brussels Kunstenoverleg, Brussel                 |
| Samen aan tafel. De Week van de Smaak en publiek-private samenwerking (Vertrouwelijk)   | FARO, Brussel                                    |
| Onderzoek naar beheersmodellen voor culturele infrastructuur  | Vlaams Theaterinstituut, Brussel                 |
| De weg naar het Rabot: Een strategisch onderzoek voor een nieuwe werking van de Kopergieterij in de Gentse wijk Rabot   | Kopergieterij, Gent                              |
| Kunsteducatie in kinderschoenen?<br>De impact van de ABC-werking bij leerkrachten kritisch onderzocht   | ABC vzw, Brussel                                 |
| Cultureel Roeselare. Communicatieplan voor theater- en muziekverenigingen en Wereldmuziek in de stad Roeselare  | Cultuurcentrum De Spil, Roeselare                |
| Cultuur en onderwijs. Het Kortrijkse cultuur educatief aanbod onder de loep genomen   | Museum Kortrijk 1302, Kortrijk                   |
| De relatie tussen de Leuvense openbare bibliotheek Tweebronnen en de studenten:<br>Prille liefde of vergane glorie?   | Tweebronnen, Leuven                              |
| Flageys Festival van de Domheid: projectmanagement in de creatieve industrie  | Flagey, Brussel (Elsene)                         |
| De noodzaak en haalbaarheid van een beleid rondom beheer, behoud en bescherming van privé-verzamelingen in Vlaanderen: een Omgevingsanalyse   | TapisPlein vzw, Brugge                           |
| Een communicatieplan voor het ModeMuseum Provincie Antwerpen  | Modemuseum, Antwerpen                            |
| BOZAR: De projectcoördinator tentoonstellingen in de organisatiestructuur van het Paleis voor Schone Kunsten te Brussel   | Bozar, Brussel                                   |
| Theater Tinnenpot. Publieksonderzoek  | Tinnenpot, Gent                                  |
| Positionering van de <i>MicroZoo</i> – in welk krachtenveld gaat de <i>MicroZOO</i> concurreren en hoe moet de <i>MicroZoo</i> zich dan positioneren? (Vertrouwelijk)   | Artis Zoo, Amsterdam, NL                         |

## Academisch jaar 2006-2007

| Onderwerp   | Instelling   |
|---|--|
| Cultuurcommunicatie in Kortrijk: een zoektocht naar optimalisatie   | Cultuur Stad Kortrijk                                |
| De opportuniteit tot verdere verzelfstandiging van de afdeling Musea, Bewaarbibliotheken en Erfgoed van de stad Antwerpen en de keuze van een beheersvorm in het kader van het gemeentedecreet                  | Musea bewaarbibliotheken en erfgoed – stad Antwerpen |
| De visie en initiatieven op vlak van cultuur en muzisch creatieve vorming binnen beroepssecundaire, technisch en buitengewoon secundaire scholen  | CANON cultuurcel                                     |
| Netwerk in internationale mogelijkheden   | BOZAR  |
| Een nieuw beleidsplan voor het MIAT: een richtingaanwijzer  | MIAT   |
| Kwalitatief onderzoek naar mogelijkheden voor publiekswerking en publieksverbreding bij BRONKS in Brussel   | BRONKS   |
| Onderzoek naar de mogelijke scenario's tot ondersteuning van zes Antwerpse etnisch-cultureel diverse organisaties met een filmprogrammatie door Open Doek   | Open Doek vzw  |
| Doorstroom in de podiumkunstensector: streven naar een loopbaan zonder kortsluitingen   | Vlaams Theater Instituut                             |
| Kunststeden, naar een haalbaar toekomstscenario. Casestudy: Mechelen  | Dienst Toerisme                                      |
| Naar een erkenning en een positionering van het Museum aan de Stroom: een voortraject en een studie over innovatiemanagement  | Museum aan de Stroom                                 |
| Haalbaarheidsstudie van een historische uitvoering van Handels Water Music voor het Internationaal Festival van Vlaanderen Gent   | Festival van Vlaanderen                              |
| Wenselijkheid en mogelijkheden van een centraal erfgoeddepot voor de Stad Gent (vertrouwelijk)  | Departement cultuur Gent                             |
|   | VRO-VRK  |
| Een omgeving voor nieuwe opdrachtgevers voor hedendaagse kunst?   | IBK  |
| Evaluatie Antena project 2005   | Cultuurlokaal  |
| Prijsdifferentiatie in Vlaamse concertzalen   | Muziekcentrum Vlaanderen                             |
| Brussels Biennial: de eerste stappen richting een standvastig zakelijk beleid   | Brussels Biennial                                    |
| Kortrijk 1302: Marketingplan en doelgroepenbeleid   | Stad Kortrijk  |
| Het Sportpaleis telt! Een onderzoek naar de creatie van werkgelegenheid door de activiteiten in het Sportpaleis   | Sportpaleis  |
| Haalbaarheidsonderzoek vanuit een museaal en cultuurtoeristisch perspectief van een tijdelijke tentoonstelling over 'sporen van armoede in Japan (in vergelijking met Europa)' in het Hospitaalmuseum in Brugge | Hospitaalmuseum                                      |
| Academie 350 jaar: een stadsproject   | Vzw Musea & Erfgoed – Erfgoedcel Antwerpen           |
| Gemeenschapscentrum De Route in Sint-Gillis-Waas. Aanbevelingen m.b.t. de uitbouw van een receptieve podiumwerking  | Gemeente Sint-Gillis-Waas                            |
| Een businessplan en organisatieontwerp voor CLAC  | CLAC   |
| Hooggeëerd publiek. Parktheater Eindhoven   | Stadsschouwburg Eindhoven                            |
| Publieksonderzoek voor Saint Amour  | Behoud de Begeerte vzw                               |
| State of the art van het HRM-beleid binnen professionele kunstorganisaties in Vlaanderen: analyse van knelpunten en behoeften in de sector  | Overleg Kunstenorganisaties                          |
| Een cultuurwinkel in Mechelen: toekomstmuziek of stadsvisioen? Haalbaarheidsonderzoek naar een 'rendabele' cultuurwinkel voor de stad Mechelen  | Mechelen 2005 vzw                                    |
| Cultural governance: het managen van de raden van bestuur in de podiumkunstensector   | Vlaams Theater Instituut                             |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| Cost engineering in de culturele sector. De introductie van een time-driven ABC systeem en het ontwerpen van time-driven ABC software voor Flat Earth Society, vzw Bonk                  | BONK vzw                              |
| Het formuleren van aanbevelingen voor het businessplan van CJP Vlaanderen en dat op basis van een grondige analyse van succesvolle modellen van vergelijkbare organisaties binnen Europa | CJP                                   |
| Dialectica   | Arenbergschouwburg                    |
| Creativiteit heeft geen vaderland, een creatief doelgroepenbeleid  | Prospecta vzw                         |
| Analyse en evaluatie van de effectiviteit en de efficiëntie van de werkbeursregeling voor literaire auteurs van het Vlaams Fonds voor de Letteren  | Vlaams Fonds voor de Letteren         |
| Dj's at work. De DJ en het DJ-landschap in Vlaanderen gaan onder de naald  | Poppunt vzw                           |
| Onderzoek naar de horecagelegenheden verbonden aan cultuurcentra en gemeenschapscentra   | Cultuur Lokaal                        |
| Handleiding voor kleine, landelijke gemeenten uit het Meetjesland om in het Decreet Lokaal Cultuurbeleid te stappen  | Comeet                                |
| Vervolgonderzoek naar de aanwezigheid van Vlaamse kunstenaars op de Nederlandse podia stage  | De Brakke Grond                       |
| Een artistiek, organisatorisch & financieel toekomstplan voor Cinq'ulation   | Vzw Cinco Topia – Cirq'ulation Locale |
| De kunstenaar als ondernemer: feit of fictie? Een onderzoek naar zakelijke vorming in kunsthogescholen en de zakelijke interesse van beginnende kunstenaars                              | Kunstenloket                          |
| Communicatieplan Cultureel Centrum Mortsel   | Cultureel Centrum Mortsel             |
| 'De Wieg van de Volkskunde ontgroeid". Een onderzoek naar de toekomstige profilering van het Huis van Alijn  | Huis Van Alijn                        |
|  |                                       |

### Academiejaar 2005-06

| <b>ONDERWERP</b>  | <b>INSTELLING</b>                       |
|---|---|
| De Vlaamse Archipel: werkplaatsen voor Beeldende Kunst in Vlaanderen  | FLACC, Genk                             |
| Publiekswerking pam Ename kritisch ontleed  | Provinciaal Archeologisch Museum, Ename |
| De impact van kinderkunstenbeleving op de sociale en culturele identiteit in de levensloop van 6 t.e.m. 18 jaar                       | Het Paleis, Antwerpen                   |
| Art en Marge, onderzoeks- en verspreidingcentrum van Outsider Art: haalbaarheidsstudie naar oprichting van een museum                 | Art en Marge, Brussel                   |
| Aanbevelingen voor het lanceren van het beeldend kunstproject van Ultima Vez / Wim Vandekeybus  | Ultima Vez, Brussel                     |
| Een kwalitatieve evaluatie van de externe perceptie van NTGent  | NTGent                                  |
| FroeFroe en de landen van het poppenspel: uitgewerkt plan voor een uitwisseling met Poolse en Tsjechische theaters                    | Figurentheater Froe Froe, Antwerpen     |
| Met Bozar naar India: audience development & Art Ambassadors in de context van een Indiafestival 2006-07                              | BOZAR, Brussel                          |
| Prijzsettingsstrategieën in Het Toneelhuis – perspectief van podiumkunsten: onderzoek naar bestaande methodes voor nieuw prijssysteem | Het Toneelhuis, Antwerpen               |
| Een communicatieplan voor Cie Cecilia   | Cie Cecilia, Gent                       |
| Een bijdrage tot het haalbaarheidsonderzoek van een Huis voor Figurentheater  | Het Firmament, Mechelen                 |
| Visual Arts Center of the Future: aanbevelingen voor het marketingplan van Vooruit (vertrouwelijk)                                    | Vooruit, Gent                           |

|   |   |
|---|---|
| Het Kafee van Vooruit als doorstromingstool: utopie of realiteit?<br>Aanbevelingen voor het marketing- en communicatieplan van Vooruit      | Vooruit, Gent                                   |
| Het buitenlandbeleid van het Vlaams Fonds voor de Letteren:<br>aanbevelingen o.b.v. comparatieve studie internationaal letterenbeleid       | VFL, Berchem                                    |
| Het bevorderen van de interne communicatie in de Warande d.m.v. de ontwikkeling van een intranet-systeem                                    | De Warande, Turnhout                            |
| Het duurzaam concurrentievoordeel van de Ancienne Belgique en het strategisch aandeel van de ABclub daarin                                  | AB, Brussel                                     |
| Museumwebsites. Functie en toegevoegde waarde van een website in een museale context: het museum Vleeshuis als case-study                   | Museum Vleeshuis, Antwerpen                     |
| Belangenbehartiging en de audiovisuele sector. Mapping, analyse en aanbevelingen  | IAK, Gent                                       |
| “Achtergrond komt voorop te staan”: doorlichting van het tweemaandelijks tijdschrift Achtergrond van Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond     | Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond, Amsterdam   |
| Platenmaatschappijen in Vlaanderen: werking, invloed van technologische veranderingen, strategieën en ondersteuning vanuit het beleid       | IFPI, Brussel                                   |
| Marketingplan voor de tentoonstelling van genomineerde illustratoren in het Stadsmus Hasselt  | Stadsmus, Hasselt                               |
| Het zwaard van Damocles boven het hoofd van de Vlaamse danssector? (betekenis van buitenlandse inkomsten van Vlaamse gezelschappen)         | VTi, Brussel                                    |
| Zakelijke ondersteuning voor kunstenaars: managementbureaus voor beeldende kunst  | IBK, Gent                                       |
| Onderzoek naar de bekendheid en werking van het Sociaal Bureau voor de Kunstenaar   | Creyf's Interim                                 |
| Communicatie over het vrijetijdsaanbod van de gemeente Wijnegem: analyse, evaluatie en aanbevelingen  | Dienst Vrije Tijd, Gemeente Wijnegem            |
| Onderzoek naar een potentieel jongerenpubliek in de nabije omgeving van het Koninklijk Ballet van Vlaanderen                                | Koninklijk Ballet van Vlaanderen, Antwerpen     |
| Publieksonderzoek voor het Timmermans-Opsomerhuis te Lier   | Timmermans-Opsomerhuis, Lier                    |
| Een stappenplan voor het 'Artists-in-Residence' programma van WIELS   | WIELS – Centrum voor Hedendaagse Kunst, Brussel |
| Businessplan voor een Museumnacht in Brussel  | Brusselse Museumraad                            |
| Archiefbeleid in de praktijk: een denkkader en raamwerk voor indicatoren in de archiefsector  | Stadsarchief, Antwerpen                         |
| Het MoMu: een 'dreamshop' voor jong volwassenen? Kwalitatief doelgroepenonderzoek   | MoMu Antwerpen                                  |
| Een onderzoek naar publiekswerking en doelgroepen voor WIELS, Centrum voor Hedendaagse Kunst - Brussel                                      | WIELS, Brussel                                  |
| Publieksonderzoek   | Koninklijk Ballet van Vlaanderen, Antwerpen     |
| Collectieve jongerenmarketing in Leuven   | CultuurNet Vlaanderen, Brussel                  |
| Analyse en definitie van een model m.b.t. beheers-indicatoren in de Afdeling Publiekswerking & Communicatie van het S.M.A.K.                | SMAK, Gent                                      |
| Naar een verdere profilering van het AMVC Letterenhuis  | AMVC Letterenhuis, Antwerpen                    |
| Een businessplan voor het drukatelier Estampa Tamarindo   | VLAO, Antwerpen                                 |
| “Leven in de brouwerij!” Een communicatieplan voor de opening van cultuurcentrum 't Schaliken   | Cultuurdienst Herentals                         |
| Strategisch managementplan voor een regionaal cultuurevenement in het Meetjesland   | Stad Eeklo                                      |
| Overhead en omkadering bij Vlaamse podiumkunstenorganisaties: toepassing van kostencalculaties voor structureel gesubsidieerde organisaties | VTi, Brussel                                    |

|  |                                |
|--|--------------------------------|
| 'Upstream of product markets'. Onderzoek en innovatie in de kunstencentra. Een strategisch kader voor de creatie van concurrentievoordeel        | VTi, Brussel                   |
| Internationale profilering Vlaamse Beeldende Kunstenorganisaties: financieringskanalen in Europa   | IBK, Gent                      |
| Music was my first love: kwalitatief tevredenheids-onderzoek en de aanzet voor een publieksonderzoek   | Muziekcentrum Trix, Antwerpen  |
| Beleidsaanbevelingen voor Het muziek Lod. Een tool voor het tourmanagement en een uitgavenplan voor de partituur                                 | Het muziek Lod, Gent           |
| Exploratief onderzoek naar een duurzame en inhoudelijke werking van NTGent gericht op de Gentse studentenpopulatie                               | NTGent                         |
| Musea gemeten  | Administratie Cultuur, Brussel |
| Veranderingsmanagement in NTGent: onderzoek naar de interne perceptie van de doorgevoerde veranderingen  | NTGent                         |
| Naar meer culturele diversiteit in de Vlaamse archieven. Aanzet tot een strategie voor acquisitie van erfgoed van etnisch-culturele minderheden  | Amsab Gent                     |
| Een communicatieplan voor 'The Galleries Show' (vertrouwelijk)   | Extra City, Antwerpen          |
| Een communicatieplan voor Contour Mechelen vzw   | Contour Mechelen               |
| Kortrijk Design: bouwstenen voor een strategisch plan; bouwstenen voor een actieplan   | Designregio Kortrijk           |
| Haalbaarheidsonderzoek Use-it Amsterdam  | Jong Rotterdam                 |
| "Groeien van groenten: strategische positionering van 't Grom als eerste groentemuseum van België en speerpunt voor USP van Sint-Katelijne-Waver | 't Grom, Sint-Katelijne Waver  |
| Creatief aanbesteden   | Musea Brugge                   |
| Doorlichting van de Beursschouwburg: strategische aanbevelingen en adviezen  | Beursschouwburg, Brussel       |



## Academiejaar 2004-05

| <b>ONDERWERP</b>   | <b>INSTELLING</b>                                  |
|--|--|
| Aanbevelingen voor het marketing- en communicatieplan van de pop- en rockmuziek in Vooruit   | Kunstencentrum Vooruit<br>Gent                     |
| Publiekswerving en publiekswerking op vlak van cultureel erfgoed in Mechelen   | Stad Mechelen                                      |
| Een communicatieplan voor Nucleo vzw   | vzw Nucleo<br>Gent                                 |
| Van levensader tot spiegels en kralen: communicatie in het Etnografisch museum A'pen   | Etnografisch Museum<br>Antwerpen                   |
| Publiekswerking voor -18 jarigen in West-Vlaanderen: een exploratieve studie   | Dienst Cultuur Provinciebestuur<br>West-Vlaanderen |
| Gezocht: communicatiemanager-procesbegeleider voor het lokaal cultuurbeleid m/v: onderzoek naar het profiel van cultuurbeleidscoördinator            | Cultuur Lokaal<br>Brussel                          |
| Art Handling: een art handling team voor het KMSKA?  | KMSKA<br>Antwerpen                                 |
| Regionale samenwerking tussen openbare bibliotheken: langzaam maar zeker   | Provinciaal Bibliotheekcentrum<br>Oelegem          |
| Haalbaarheidsstudie Use-it Brugge: is Use-it Brugge relevant, nuttig en nodig?   | Use-it<br>Gent                                     |
| Het Vlaamse letterenbeleid: aanbevelingen o.b.v. een comparatieve studie van het letterenbeleid van NL, Frankrijk, Denemarken, Portugal en Hongarije | Vlaams Fonds voor de Letteren<br>Berchem           |
| Het subsidiebeleid van de Vlaamse Gemeenschap voor beeldende kunstenaars: een kwalitatief onderzoek ter evaluatie                                    | Initiatief Beeldende Kunsten<br>Gent               |
| Acteren vanaf veertig: wanneer het rinkelen van de telefoon plots geen evidentie meer blijkt te zijn   | Vlaams Theater Instituut<br>Brussel                |
| Een opzet tot publieksonderzoek bij de populatie van het podiumkunstenaanbod in de Arenbergschouwburg  | Arenbergschouwburg<br>Antwerpen                    |
| De Vlaamse Culturele Investeringsmaatschappij: Denkpistes ter ondersteuning van de Vlaamse Promotiegalleries   | IBK<br>Gent  |
| Een plan voor de internationale werking van IBK  | IBK<br>Gent  |
| Publicontour: een werking voor NTGent op reis  | NTGent   |
| Loopbaanontwikkeling: onderzoek naar de carrière van acteurs en theatermakers afgestudeerd tussen 1999 en 2004                                       | VTi<br>Brussel                                     |
| Het Zuiderpershuis en het onderwijs: verkennend onderzoek naar de mogelijkheden van een educatieve werking naar scholen                              | Zuiderpershuis<br>Antwerpen                        |
| Interculturaliteit en het Openluchtmuseum Bokrijk: een verkennend onderzoek naar visie en beleid   | Openluchtmuseum<br>Bokrijk                         |

|   |   |
|---|---|
| Nieuwe media in KC Vooruit: een beleidsvoorbereidend onderzoek  | Kunstencentrum Vooruit<br>Gent              |
| Afstemming van het jeugd- en cultuurbeleid in Dendermonde   | Cultuur Lokaal<br>Brussel                   |
| Projectmatig tentoonstellen   | MuHKA<br>Antwerpen                          |
| Visievorming op vlak van museumeducatie: kwalitatief onderzoek  | Culturele Biografie Vlaanderen<br>Antwerpen |
| Extra City, Centrum voor beeldende kunst: analyse van de opstart en de identiteit van een kunsthof op het Eilandje                        | Extra City vzw<br>Antwerpen                 |
| (Culturele) diversiteit in de Vlaamse podiumkunsten: een kritische analyse van praktijk en beleid   | VTi<br>Brussel                              |
| Jeugd en cultuur samen op weg naar een geïntegreerd beleid. Afstemming van het jeugd- en cultuurbeleid in Borgerhout                      | Cultuur Lokaal<br>Brussel                   |
| Beleidsplan onder de loep: strategisch beleidsplanning in Vlaamse musea & evaluatie beleidsnota Modemuseum provincie Antwerpen            | Modemuseum Provincie<br>Antwerpen           |
| Cultuur en jeugdbeleid in Wilrijk   | Cultuur Lokaal<br>Brussel                   |
| Het Deense model – een vergelijking van het audiovisueel beleid in Vlaanderen en Denemarken   | iAK<br>Gent                                 |
| Mogelijkheden, behoeften, noden en knelpunten van hedendaagse beeldende kunstorganisaties in Vlaanderen en Brussel – verkennend onderzoek | VOBK<br>Antwerpen                           |
| Het 'cultureel bedrijventrum': een haalbaar concept voor Antwerpen?   | NICC<br>Antwerpen                           |
| Een ambitieus project: naar een publicatiebeleid voor het MuHKA   | MuHKA                                       |
| Een culturele eindbestemming voor de Bottelarij? Haalbaarheidsstudie naar de oprichting van een kunstencentrum in Roeselare               | Stad Roeselare                              |
| Wegwijs in het auteursrecht: een praktische gids voor het FotoMuseum Prov. Antwerpen  | Fotomuseum Provincie<br>Antwerpen           |
| Uitbouw van een geïntegreerd jeugd cultuurbeleid: casestudie Zwijndrecht  | Cultuur Lokaal<br>Brussel                   |

#### Academiejaar 2003-04

| ONDERWERP  | INSTELLING  |
|--|---|
| De sociaal-economische situatie van de beeldende kunstenaar ouder dan 45 jaar: een voorstel voor beleidsoplossingen. | NICC<br>Antwerpen                                       |
| Beleidsaanbevelingen inzake publiekswerking voor het Stedelijk Museum Stellingwerff-Waerdenhof – Hasselt             | Stedelijk Museum<br>Stellingwerff-Waerdenhof<br>Hasselt |

|   |   |
|---|---|
| Media-aandacht voor 'De zomer van Antwerpen': een analyse   | Antwerpen Open –<br>Zomer van Antwerpen         |
| Doorlichting van de externe communicatie en communicatieplan voor het Muziek-instrumentenmuseum   | Muziekinstrumentenmuseum<br>Brussel             |
| De instroom van jonge beeldende kunstenaars op de kunstmarkt  | IBK<br>Gent                                     |
| Promotie van Wibi Soerjadi in België<br>(vertrouwelijk)   | Soerjadi Concerts<br>Zeist, NL                  |
| Op weg naar het buitenland: leidraad bij de uitbouw van een internationale werking voor Het Toneelhuis  | Het Toneelhuis<br>Antwerpen                     |
| Uitbreidingsmogelijkheden voor het Film-Plateau<br>(vertrouwelijk)  | Film-Plateau<br>Gent                            |
| Kwaliteitsmanagement in de culturele sector: opbouw van een kwaliteitsorganisatie (vertrouwelijk)   | Antwerpen Open vzw                              |
| Onderzoek naar de spreiding van hedendaagse dans vanuit een kwantitatieve en kwalitatieve invalshoek  | VTi<br>Brussel                                  |
| Jongeren en de Vlaamse Opera: is het water te diep? Een onderzoek naar de factoren die remmend werken op de operaparticipatie van jongeren; aanbevelingen voor jongerenbeleid | Vlaamse Opera<br>Antwerpen                      |
| De keuze voor een eigen locatie: het Katoen-natieproject van 5voor12  | 5voor12<br>Antwerpen                            |
| De communicatie van het VCOB: analyse, evaluatie en beleidsaanbevelingen  | VCOB<br>Brussel                                 |
| Onderzoek naar het cultuurparticiperende publiek en proeve tot proactieve cultuurmarketing (vertrouwelijk)  | Concertgebouw<br>Brugge                         |
| Het Topstukkendecreet in relatie tot de kunsthandel: een onderzoek naar de gevoerde communicatie en de visie van deze doelgroep over dit decreet                              | Culturele Biografie<br>Vlaanderen<br>Antwerpen  |
| Behoeftenonderzoek van de fotografen: naar een afzonderlijk Steunpunt Fotografie  | FotoMuseum<br>Antwerpen                         |
| Evaluatie van de hervorming van het maandblad en de website van Kunstencentrum Vooruit – Gent   | Kunstencentrum Vooruit<br>Gent                  |
| Het publiek in de schijnwerpers: publieksonderzoek van de AB  | Ancienne Belgique                               |
| Designcenter De Winkelhaak: onderzoek naar de mogelijkheden van de gelijkvloerse ruimte   | Designcenter<br>De Winkelhaak Antwerpen         |
| 'Heden en toekomst ... door het verleden verleid': een erfgoedconvenant voor de stad Hasselt  | Stad Hasselt – Afd. Cultuur<br>Stedelijke Musea |
| Vorbereidingen voor een publieksonderzoek in De Munt  | De Munt<br>Brussel                              |
| Planning<br>(vertrouwelijk)   | Beursschouwburg<br>Brussel                      |
| Personeels- en middelenbestand voor het toekomstig cultuurcentrum in Herentals  | Stad Herentals                                  |
| Een doorlichting van het PR-beleid van Kunstencentrum Vooruit; adviezen<br>(vertrouwelijk)  | Vooruit<br>Gent                                 |
| Relatienetwerken in de Stedelijke Musea Brugge  | Stedelijke Musea<br>Brugge                      |
| Publiekswerking: een museale attitude? Op zoek naar de meetbaarheid en evaluatie van gastvrijheid, strategie en personeelsbeleid bij musea.                                   | Culturele Biografie<br>Vlaanderen<br>Antwerpen  |
| Clubcircuit - publieksonderzoek: evaluatie van de promotie van Clubcircuit en haar leden  | Vzw Clubcircuit<br>Gent                         |
| Doorstroming van muziekhogeschoolstudenten naar professionele symfonische orkesten  | VIZO  |

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| Communicatiemanagement in de 'Stichting Europalia International': een audit van de externe communicatie en een aanzet tot strategische communicatieplanning  | Europalia<br>Brussel               |
| Streaming media voor Cultuurhuis De Warande  | De Warande<br>Turnhout             |
| Kunsthistorische musea Antwerpen–Brugge–Gent: een doorlichting van de communicatie binnen de Vlaamse Kunstcollectie  | Vlaamse Kunstcollectie<br>Gent     |
| Een cultuurbehoefteonderzoek in de gemeente Aartselaar   | Cultuurdienst Aartselaar           |
| Synergieën in de podiumkunsten: kritische succesfactoren, best practices en valkuilen bij integraties  | Vlaams Theaterinstituut<br>Brussel |
| De private verzamelingen beeldende kunst: de verzamelaar op zoek naar een finaliteit   | IBK<br>Gent                        |
| Mogelijkheden tot synergie in de cultuursector: begripsomschrijving samenwerking en fusies in het bedrijfsleven: twee specifieke gevalstudies  | VTi<br>Brussel                     |
| Mogelijkheden tot synergie in de podiumkunstensector: onderzoek naar kritische succesfactoren voor samenwerking. Casussen: ondersteunende koepelorganisaties en functionele samenwerkingsverbanden | VTi                                |

### Academiejaar 2002-03

| <b>ONDERWERP</b>   | <b>INSTELLING</b>                                    |
|--|--|
| Kunst en volksgunst? Volksgunst of kunst? Een onderzoek naar de determinanten van publieksbereik voor concertgebouwen, geïnspireerd door de Nederlandse situatie | De Filharmonie<br>Antwerpen                          |
| Kunstencentrum Monty: publieksonderzoek  | Monty<br>Antwerpen                                   |
| Een publieksonderzoek gericht op klantentrouw en -werving voor de concertreeks van Collegium Vocale (in) Gent  | Collegium Vocale<br>Gent                             |
| Evaluatie van de externe communicatie van Stedelijke Concertzaal De Bijloke  | Stedelijke Concertzaal<br>De Bijloke<br>Gent         |
| Een gericht communicatieplan voor Cultuurcentrum Sint-Niklaas  | Cultuurcentrum<br>Sint-Niklaas                       |
| Het Project-Koor: een communicatie- en promotieplan  | Het project vzw<br>Kampenhout                        |
| Een business plan voor het Narziss und Goldmund Pianotrio  | Oxalys<br>Brussel                                    |
| Een doorlichting van de interne communicatie binnen de Stedelijke Musea Antwerpen  | Stedelijke musea<br>A'pen<br>Hessenhuis<br>Antwerpen |
| Wereldculturenencentrum Zuiderpershuis: publieksonderzoek  | Zuiderpershuis<br>Antwerpen                          |
| Een marketingplan voor cultuurcentrum Luchtbal/Hof ter Lo  | Cultuurcentrum<br>Luchtbal<br>Antwerpen              |
| Op zoek naar steun voor het 'Roma-project' van Rataplan: een analyse van de internationale context   | Theaterwerkplaats<br>Rataplan<br>Borgerhout          |

|   |  |
|---|--|
| Kunst in Huis Vlaanderen en Centrum Beeldende Kunst Gelderland: lessen uit een vergelijkende casestudy  | Kunst in Huis Brussel                    |
| Watershed Media Centre: a promotion plan for the Bergman Event  | Watershed Media Center<br>Bristol U.K.   |
| Jongeren theater fABULEUS en de zoektocht naar de mazen in het subsidienet voor artistieke projecten met jongeren   | Artforum<br>Leuven                       |
| Hebben is hebben en krijgen is de kunst: onderzoek naar mogelijkheden voorwaarden voor een belangenvereniging van beeldende kunstenaars in Vlaanderen   | NICC<br>Antwerpen                        |
| Ultima Vez vzw: op basis van een situatieanalyse naar beleidsaanbevelingen op het vlak van human resource management (resultaatgerichte functieomschrijvingen) en financieel management (beheerscontrole) | Ultima Vez vzw<br>Brussel                |
| Een documentatiecentrum voor het KMSKA: beleid, beheer en ontsluiting   | KMSK<br>Antwerpen                        |
| Een toewijzingsbeleid voor de atelierorganisatie NUCLEO   | Vzw Nucleo<br>Gent                       |
| Een beeldbibliotheek in Antwerpen? Een haalbaarheidsstudie uitgaande van de kenniscentra van het MuHKA en het Fotomuseum  | M HKA<br>Antwerpen                       |
| Analyse van de bezoekersaantallen van het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen en de invloed van de publiekswerking  | KMSK<br>Antwerpen                        |
| Een communicatieplan voor het project Grand Tour  | Museum voor Schone<br>Kunsten<br>Gent    |
| De Vrienden van het Rubenshuis: voorstel vanuit het Rubenshuis voor een toekomstige samenwerking  | Rubenshuis<br>Antwerpen                  |
| Kortjakje Beleidsplan, 2003-2006  | Kortjakje vzw<br>Booischoot              |
| Muziek en andersvaliden: een haalbaarheidsstudie  | Jeugd en Muziek<br>Vlaanderen<br>Brussel |
| De tuinen van Het Paleis: analyse van de inzet en het gebruik van nieuwe media in Het Paleis, theaterhuis voor kinderen en jongeren   | Het Paleis<br>Antwerpen                  |
| Vlaams tram- en autobusmuseum: onderzoek naar mogelijkheden voor educatieve werking en communicatiebevordering  | Vlatam<br>Berchem                        |
| De Villa Maritza te Oostende  | Erfgoed Vlaanderen<br>Oostende           |
| Actieplanning: de opmaak van een werkinstrument voor het Liers Cultuurcentrum   | Cultuurcentrum<br>Lier                   |
| Een stappenplan betreffende het aangaan van coproducties: praktijkproject binnen DASTHEATER   | DAS-theater vzw<br>Gent                  |
| Een communicatieplan rond provinciale en lokale overheden voor de organisatie Kunstwerk(t)  | Kunstwerk(t)<br>Gent                     |

### Academiejaar 2001-02

| ONDERWERP   | INSTELLING                       |
|---|----------------------------------|
| Een doelgroepenwerking voor Het Toneelhuis  | Het Toneelhuis                   |
| Onderzoek naar schrijfopleidingen in Vlaanderen: praktijkproject i.s.m. het Vlaams Fonds voor de Letteren | Vlaams Fonds voor de<br>Letteren |

|   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| Een vademecum voor de stad Ronse in functie van het decreet op lokaal cultuurbeleid   | Stad Ronse,<br>Dienst Cultuur         |
| Een strategisch denkkader voor toeristisch ondernemen: praktijkproject i.s.m. het Museum voor Hedendaagse Kunst Antwerpen   | MUHKA                                 |
| Onderzoek naar sponsormogelijkheden voor het magazine 'Janus'   | Janus                                 |
| Heerlijke Primitieven, Antwerpen, 14.06-18.08.2002, samenwerkingsverbanden in de museale sector: uitwerking van beleidsadviezen a.d.h.v. analyse van de tijdelijke samenwerking | Antwerpen Open                        |
| Een beeldend verleden: verkennend kwalitatief vooronderzoek in functie van een scenario voor een website over fotografisch erfgoed  | Brouwershuis,<br>Erfgoedcel Antwerpen |
| Commentaren en bevindingen uit de culturele sector omtrent de 'gestegen' uitkoopssommen: een zoektocht vanuit CC De Spil te Roeselare   | CC De Spil, Roeselare                 |
| Haalbaarheidsstudie van een internationale zangwedstrijd bij Collegium Vocale Gent (vertrouwelijk)  | Collegium Vocale,<br>Gent             |
| Het werven van bijkomende financiële middelen voor het Museum Dr. Guislain: sponsoring en opstarten vriendenvereniging  | Museum De Guislain,<br>Gent           |
| Een analyse en aanzet tot optimalisatie van het promotieteam in het Publiektheater Gent   | Publiektheater, Gent                  |
| Hoe liefde tot lezen leidt: een onderzoek naar bevordering van cultuurparticipatie voor Behoud de Begeerte vzw  | Behoud de Begeerte<br>vzw             |
| Onderzoek als aanloop naar optimaal geïntegreerd monumentenbeleid binnen globale beleidsplan van Vooruit (vertrouwelijk)  | Kunstencentrum<br>Vooruit             |
| Het 'BruggeMuseum': een stadsmuseum op verschillende historische locaties: missie, doelstellingen en stappenplan voor de uitbouw van dit 'meerlocatiemuseum'                    | Stedelijke Musea<br>Brugge            |
| Organisatiestructuur gevraagd / organisatie-structuur bevroegd: praktijkproject in het MuHKA  | MUHKA                                 |
| Voorstel tot communicatieplan voor het Europees project My heart is a penguin   | Stichting Pantalone<br>vzw            |
| De toeschouwer in de spotlights: publieksonderzoek Theater Zuidpool   | Theater Zuidpool                      |
| Het profiel van de Clubcircuit-bezoeker (vertrouwelijk)   | vzw Clubcircuit                       |
| Over een mogelijke toenadering en/of samenwerking tussen de Open Monumentendag Vlaanderen en het Erfgoedweekend: een verkennend onderzoek                                       | VMV                                   |
| Adempauze na een snelle groei: een situatie-analyse van Les Ballets C. de la B  | Les Ballets C de la B,<br>Gent        |
| Muze onder de loep: analyse van de jongerenvereniging van de Munt en suggesties voor de toekomstige werking   | Muze vzw, Brussel                     |
| Een financiële analyse van de Brugse Stedelijke Musea: kosten en opbrengsten in een stedelijke context  | Brugse Stedelijke<br>Musea            |
| KunstenFESTIVALdesArts:<br>Externe communicatie   | Kunsten Festival des<br>Arts          |
| Publieksonderzoek Groen Licht (vertrouwelijk)   | Ploeg vzw, Brussel                    |
| Weinig opkomst jong Belgisch talent, kwestie van slecht management? Promotiecampagne bij Euphonia   | Stichting Euphonia                    |
| De prijs van kunst: een onderzoek naar het hedendaagse galeriewezen in Nederland en België  | Galerie De Zwarte<br>Panter           |
| Interne communicatie in de Vlaamse Opera: aanbevelingen tot een beter intern communicatiebeleid   | Vlaamse Opera                         |

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| De Antwerpse galeriebezoekers: onderzoek naar hun profiel en ideeën over een financiële regeling voor de aanloop van beeldende kunst                              | Galerie De Zwarte Panter      |
| Een aangepast marketingbeleid voor "Nederlandstalige muziek en chanson" in de Ancienne Belgique   | Ancienne Belgique             |
| De culturele diaspora van Vlaanderen? Een onderzoek naar de effectiviteit van het doelgroepenbeleid van de Brakke Grond   | De Brakke Grond, A'dam        |
| De promotie rond Mozarts "Il Re Pastore" van Muziektheater Transparant  | Muziektheater Transparant     |
| Publieksonderzoek in het Gravensteen tijdens de tentoonstelling Buiten Gebruik  | Gent Cultuurstad vzw          |
| Een strategisch plan voor de ontwikkeling van een nieuwe museumsite voor de Brugse Stedelijke Musea   | Stedelijke Musea Brugge       |
| Richtlijnen voor het Vlaams Audiovisueel Fonds  | vzw Vlaams Audiovisueel Fonds |
| Beheersvorm voor het Museum aan de Stroom: een analyse van ontstaansgeschiedenis, bouwproblematiek, motivatie tot verzelfstandiging en afweging van beheersvormen | Musea Antwerpen               |
| Een kritische kijk op de beheerscontrole in het STUK  | STUK Kunstencentrum           |
| Publieksonderzoek Rataplan: een doorlichting van de externe communicatie en imago   | Rataplan                      |
| Dynamiek in gemeentelijk cultuurbeleid: een analyse van creatieve vormen tot culturele inspraak in zes voorbeeldgemeenten   | VVSG                          |
| Een bedrijfsplan voor HERMES ensemble   | Hermes ensemble, Berchem      |
| Studie voor de benadering van een multicultureel theater in het Brusselse: het geval van le Rideau de Bruxelles   | Rideau de Bruxelles           |

### Academiejaar 2000-01

| ONDERWERP  | INSTELLING                               |
|--|--|
| Gebruik van communicatiemedia door bedrijven. Invloed van de invoering van een intranet op sociaal vlak  | 5 voor 12 Antwerpen                      |
| Een onderzoek naar het potentieel publiek voor een kunstencentrum in wording: vzw Concertgebouw Brugge   | vzw Concertgebouw Brugge                 |
| Stichting Vlaams Erfgoed: naar een strategische aanpak van de organisatorische communicatie  | Stichting Vlaams Erfgoed Brussel         |
| Kunstbende: deelnemers in de kijker: exploratief onderzoek naar hun profiel  | Villanella Antwerpen                     |
| Publieksonderzoek: communicatie en imago van Cultureel Centrum Deurne  | CC Deurne                                |
| Het efficiënt organiseren van de communicatie ten overstaan van het publiek van het internationaal kunstcentrum deSingel aan de hand van een website binnen Europese context | De Singel Antwerpen                      |
| Kunstmusea en verenigingen: samenwerking met een toegevoegde waarde? Evaluatie van de KAV-actie 'Kunst eigenzinnig bekeken': het PMMK als case-study                         | KAV Brussel                              |
| Onderzoek naar de relevantie en toekomst van de Cultuurkrant in Antwerpen  | Stad Antwerpen                           |
| Onderzoek naar het effect van de educatieve werking van het Museum voor Sierkunst en Vormgeving op de culturele participatie van scholen in het ASO                          | Museum voor Sierkunst en Vormgeving Gent |

|  |  |
|--|--|
| Communicatieplan voor onroerende erfgoed-projecten in beheer van de Stichting Vlaams Erfgoed: gevalstudie: de site Herkenrode te Kuringen-Hasselt                            | Stichting Vlaams Erfgoed<br>Brussel                            |
| Opmaak van een beleidsplan voor Opera Plus vzw   | Opera Plus vzw<br>Mechelen                                     |
| Voorstudie naar de introductie van een museum 1-en 2-dagenkaart voor de Antwerpse musea  | Prospekta vzw<br>Antwerpen                                     |
| JongerenMuseumDagen: een wederzijdse verkenning  | VMV  |
| Het Toneelhuis op reis in Vlaanderen en Nederland: een verkoopplan voor Het Toneelhuis   | Het Toneelhuis<br>Antwerpen                                    |
| Aanbevelingen voor de strategische planning van doelgroepen van het toekomstig Stadsmuseum in Gent   | Gent Cultuurstad vzw   |
| Analyse van huidig personeelskader binnen erkende musea (vertrouwelijk)  | VMV  |
| Een haalbaarheidsstudie voor een nieuwe afdeling van Jeugd & Muziek in het Waasland  | Jeugd & Muziek<br>Vlaanderen<br>Brussel                        |
| Een bedrijfsplan voor het Museum van de dynastie en het Memoriaal Koning Boudewijn (vertrouwelijk)   | Koning Boudewijnstichting<br>Brussel                           |
| Publieksonderzoek de Bottelarij/KVS Theater  | Koninklijke Vlaamse<br>Schouwburg<br>Brussel                   |
| Het verwervingsbeleid van de Stedelijke Musea Brugge: analyse, vergelijking, bouwstenen voor een verbeterplan  | Stedelijke Musea<br>Brugge                                     |
| Cultuurcommunicatie naar de internationale ambtenaren in Brussel   | vzw<br>CultuurCommunicatie Brussel                             |
| Evaluatie en herziening van het artistieke beleid van het Hessenhuis te Antwerpen  | Hessenhuis<br>Antwerpen  |
| Communicatieplan voor de Cultuurmarkt van Vlaanderen, een product van Prospekta vzw  | vzw Prospekta<br>Antwerpen                                     |
| Vooruit verwent: op basis van database marketing naar een concreet actieplan voor professionele publieksbinding  | vzw Vooruit<br>Gent  |
| Marktonderzoek rond de heropstart van de Vrienden van het Koninklijk Filharmonisch Orkest van Vlaanderen   | Koninklijk Filharmonisch<br>Orkest van Vlaanderen<br>Antwerpen |
| Project: behoeftepeiling werkruimten bij beeldende kunstenaars   | NICC   |
| Analyse van een publieksonderzoek in het kader van de samenwerking tussen het Rubenshuis, het Museum Mayer van den Bergh en het Museum Smidt van Gelder                      | Rubenshuis<br>Antwerpen  |
| De positie van de toneelacteur in Vlaanderen: analyse van het overheidsbeleid en de beleidsintenties op het gebied van nieuwe, oorspronkelijk Nederlandstalige toneelstukken | Vlaams Theater Instituut<br>Brussel                            |
| Cultuur@Vlaanderen   | Ministerie van de<br>Vlaamse Gemeenschap<br>Brussel            |
| Een centraal restauratieatelier voor de Stedelijke Musea Antwerpen   | Stedelijke musea/<br>coördinatie musea<br>Antwerpen            |



## Academiejaar 1999-00

| <b>ONDERWERP</b>   | <b>INSTELLING</b>                                  |
|--|--|
| Het culturele profiel van de Gentse student: een analyse van de houdingen ten opzichte van het Nederlands Toneel Gent: aanzet tot een aangepaste marketingstrategie      | NTG<br>Gent  |
| Een publieksonderzoek in het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen   | Koninklijk Museum voor Schone Kunsten<br>Antwerpen |
| HET NICC: project atelier-accomodatie & dossier Sociale Commissie  | De Brakke Grond<br>Amsterdam                       |
| Publiekswerking naar blinden en slechtzienden: bij de tentoonstelling De trap naar de verlossing   | Etnografisch Museum<br>Antwerpen                   |
| Muziektheater Transparant: een onderzoek naar publiek, imago en evaluatie  | Muziektheater Transparant<br>Antwerpen             |
| De Onze-Lieve-Vrouwkathedraal te Antwerpen en haar bezoekers: terreinverkenning en aanbevelingen   | O.-L.-Vrouwekathedraal<br>Antwerpen                |
| Verzelfstandiging van het Cultureel Centrum De Warande te Turnhout   | De Warande<br>Turnhout                             |
| SMAK: naar een verzelfstandigd beleid  | S.M.A.K.<br>Gent                                   |
| Theater Zuidpool speelt: theaterprogrammering in culturele centra in Vlaanderen  | Theater Zuidpool<br>Antwerpen                      |
| Verslag praktijkproject: NICC, Pourbusstraat 5, 2000 Antwerpen   | NICC<br>Antwerpen                                  |
| De interne communicatie in het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten, Antwerpen: een onderzoek ter voorbereiding op een intranet   | Koninklijk Museum voor Schone Kunsten<br>Antwerpen |
| De geautomatiseerde collectieregistratie en -ontsluiting in de stedelijke musea Antwerpen: "Musea en de digitale metropool-het Plan van Aanpak, 1996-2000" onder de loep | Telepolis<br>Antwerpen                             |
| Onderzoek naar de culturele behoeften van jongeren: praktijkproject in samenwerking met het Provinciaal Gallo-Romeins Museum   | Gallo-Romeins Museum<br>Tongeren                   |
| Werkgelegenheidsonderzoek in de gesubsidieerde podiumkunsten en muziek in Vlaanderen   | VDP vzw<br>Brussel                                 |
| Het nut van internationale samenwerkingsverbanden voor de programmatie van niet-westerse traditionele en klassieke muziek  | Sfinks Animatie<br>Boechout                        |
| BTW-implicaties van de organisatie van concerten: een casestudy: de Filharmonische Vereniging van Brussel  | Filharmonische Vereniging<br>Brussel               |
| Sponsoring Speeltheater/Kopergieterij  | Speeltheater/Kopergieterij<br>Gent                 |
| Projectmanagement in een kleine culturele organisatie: een onderzoek naar het management van het stedelijk vertelproject Goesting, een initiatief van Villanella         | Villanella<br>Antwerpen                            |
| <b>ONDERWERP</b>   | <b>INSTELLING</b>                                  |
| Het samenwerkingsverband Vlabra'ccent, 9 maanden na conceptie: een strategische bezinning: praktijkproject   | Vlabra'ccent<br>Leuven                             |
| Praktijkproject Victoria: analyse van de contractvorming en de reorganisatie in toneelhuis Victoria  | Victoria<br>Gent                                   |
| Het Centrum voor Beeldcultuur naar een nieuwe toekomst toe: een SWOT-analyse met concrete aanbevelingen  | Centrum voor Beeldcultuur<br>Antwerpen             |

|  |  |
|--|--|
| Naar een communicatieplan voor de naamsverandering van Blauw Vier  | Blauw Vier<br>Antwerpen                          |
| Publieksonderzoek theater Stap, uitgevoerd bij de voorstellingen "De Meeuw van Tsjekko"  | Theater Stap<br>Turnhout                         |
| Publieksonderzoek van de Beethoven Academie (vertrouwelijk)  | Beethoven Academie<br>Antwerpen                  |
| Een kwalitatief onderzoek naar het imagobeleid van vzw Prospekta, Centrum voor Kunstcommunicatie   | vzw Prospekta<br>Antwerpen                       |
| Na vier maanden opleiding "GAS cultuurmanagement" UFSIA, drie maanden intensief management "I solisti del vento"   | I solisti del Vento<br>Berchem                   |
| Publieksonderzoek: communicatie en imago van Het Toneelhuis  | Het Toneelhuis<br>Antwerpen                      |
| Ontwikkeling van een website en database als promotie- en samenwerkingsinstrument van en tussen Europese festivals   | Festival van Vlaanderen<br>Gent                  |
| De financiële verzelfstandiging van de Antwerpse stedelijke musea: analyse van de situatie, begrip verzelfstandiging, concrete aandachtspunten en eerste evaluatie   | Stedelijke Musea<br>Antwerpen                    |
| Voorstudie voor een publieksonderzoek in de Antwerpse stedelijke musea   | Museum Plantin-Moretus<br>Antwerpen              |
| Communicatieplan Festival van Vlaanderen – Antwerpen (vertrouwelijk)   | Festival van Vlaanderen<br>Antwerpen             |
| Ontwerp van een wervingscampagne voor abonnees, toegespitst op het internationaal kunsttijdschrift Janus: praktijkproject  | Janus<br>Antwerpen                               |
| Janus: leidraad voor de distributie van een artistiek-cultureel tijdschrift  | Janus<br>Antwerpen                               |
| Promotionele acties op maat?! Een analyse van het promotiebeleid van het Gentse Museum voor Industriële Archeologie en Textiel n.a.v. de tentoonstellingen Tuinen van Eden, Van keizer Karel tot heden, en Het raadsel van de keizer | MIAT<br>Gent                                     |
| Management in de kinderschoenen? Het Speelgoedmuseum doorgelicht   | Speelgoedmuseum<br>Mechelen                      |
| Cultuur in de wijk   | DSO Cultuurcel<br>Antwerpen                      |
| Het audiovisuele onderwijs in Vlaanderen: praktijkproject voor het Vlaamse Filminstituut   | Vlaams Filminstituut (VFI)<br>Brussel            |
| Musea en multimedia: de marketingmogelijkheden van een website voor het Museum aan de Stroom   | Stedelijke Musea –<br>Publiekswerking, Antwerpen |