**3. Kleuter en peuterpop**

Lees onderstaand artikel en los de vraagjes op.

# *De opmars van kleuter- en peuterpop*

*De grote hits van de Vlaamse meidengroep K3 maakt duidelijk dat de Belgische singlemarkt inmiddels wordt gedomineerd door jonge tot zeer jonge platenkopers. De Spice Girls gooiden de markt voor kinderpop enkele jaren geleden wijd open, maar K3 gaat nu weer een stap verder. De groep is gestileerd volgens een uitgekiende marketingstrategie, die zich richt op kleuters en peuters, waarvan de jongsten niet ouder zijn dan drie jaar. Met succes. De cd's vliegen de winkels uit en de tournee die de groep maakt is een ware zegetocht.*

*"Wij merken al sinds een paar jaar dat onze klanten interesse krijgen in de markt van baby's en peuters", zegt Suzanne van het onderzoeks- en adviesbureau IPM Kidwise, dat zich richt op kinder- en jongerenmarketing. "De Teletubbies waren een soort doorbraak. Toen bleek dat ook heel jonge kinderen invloed konden uitoefenen op het koopgedrag van hun ouders. Een ouderwets gat in de markt dus. Jonge kinderen hebben nu een sterke greep op de singlemarkt, ook al omdat oudere eerder het hele album kopen." Kleuters en peuters zijn een erg aantrekkelijke doelgroep, omdat ze erg trouw zijn aan hun helden. "Op die leeftijd houden kinderen van herkenbaarheid en herhaling", volgens Suzanne.*

*De wensen van de peuterklanten zijn erg eenduidig; ook al een zegen voor marketeers. "Kinderen op die leeftijd houden van snelle, up-tempo muziek met een harde herkenbare beat", schetst Suzanne het succesrecept. Fonetische klanken als 'boemboem' en 'heja heja' doen het erg goed. En veel herhalingen natuurlijk." Over kleding, haardracht en danspasjes is goed nagedacht bij groepen als K3. "Kleren moeten kleurrijk zijn, de haardracht uitgesproken en het dansje volgens het eenvoudige streetdance-concept. Kinderen kunnen zo alles imiteren en zich gemakkelijk identificeren. De meiden van K3 tonen ook een uitgesproken karakter: eendimensionaal, karikaturaal bijna. Ook dat maakt identificatie weer eenvoudiger. De teksten zijn in het Nederlands en gaan over herkenbare dingen als oma's en Blub de vis. Kijk, dat zingt toch weer gemakkelijker mee."*

*Inmiddels heeft K3 navolging gekregen. Zo probeert Sony met Fireman Sam de harten van de peuters te veroveren. Het is niet toevallig dat K3 uit België komt, want daar is de peuter- en kinderpop eerder ontdekt. K3 is daar al goed voor twintig keer goud en tien keer platina. Soortgelijke successen waren er ook al voor cd's van de kinderhelden Samson & Gert en Kabouter Plop. Die figuren komen allemaal uit de 'amusementsfabriek' Studio 100 in Schelle bij Antwerpen, waar sinds kort ook de styling, showorganisatie en merchandising van K3 is ondergebracht. Het marketingconcept van Studio 100 blijkt grote overeenkomsten te vertonen met het succesrecept volgens het adviesbureau IPM Kidwise. "We stellen heel duidelijke voorwaarden als wij nieuwe figuren lanceren", vertelt Hans Bourlon, samen met Danny Verbiest (ex-Samson) en Gert Verhulst (Gert) directeur van Studio 100 "Om te beginnen moet er een hoge uitzendfrequentie op televisie geregeld zijn. Liefst iedere dag. Dat is nodig om op te vallen in de lange rij van figuren die in de media om aandacht schreeuwen. Het werkt niet meer zoals vroeger in onze eigen jeugd toen het voldoende was om een keer per week op tv te figureren. De kracht ligt in de herhaling."*

*Bij Studio 100 zijn behalve Kabouter Plop ook helden als Wizzy en Woppy, Big & Betsy en Piet Piraat gelanceerd. Studio 100 wil de sympathie van ouders winnen. Bourlon: "Onze doelgroep is niet het kind alleen, maar de hele familie. Bij onze shows zie je papa, mama, opa en kind de zaal in komen. Het is eigenlijk wel een heel mooie doelgroep, want jonge kinderen zetten zich nog niet tegen hun ouders af. Onze figuren vallen bij mensen uit alle sociale categorieën in de smaak en de doelgroep vernieuwt zich eens in de vier jaar."*

* Wat is Studio 100 ? ……………………………………………………………………….

 ………………………………………………………………………………………………

* Wat is de doelgroep van Studio 100? ……………………………………………………

 ………………………………………………………………………………………………..

* Waarom is dit een zeer aantrekkelijke doelgroep? …………………………………….

………………………………………………………………………………………………..

* Waarop wordt er gelet bij het lanceren van een nieuw Studio 100- figuurtje? ……………………………………………………………………………………………….
* Wat zijn belangrijke kenmerken van kleuterpopmuziek?

……………………………………………………………………………………………….

………………………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………..

Maak een overzicht van alle producten van Studio 100 en zoek telkens een leuke prent. Kleef de prenten op een apart blad met telkens de naam van de groep, pretpark of programma er netjes bijgeschreven.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tv-programma’s  | Pretparken  | Muziekgroepen |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

In 2007 begint Studio 100 ook met de verovering van het buitenland. Zo krijgen Duitstalige landen [Wir 3](http://nl.wikipedia.org/wiki/Wir_3) - het equivalent van K3, Wallonië krijgt [Fred & Samson](http://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Fred_%26_Samson&action=edit) en Le Lutin Plop en ook [Bumba](http://nl.wikipedia.org/wiki/Bumba) verovert de wereld. Het clowntje is te bekijken in landen zoals [Canada](http://nl.wikipedia.org/wiki/Canada) of [Israël](http://nl.wikipedia.org/wiki/Isra%C3%83).

Lees ook onderstaand artikel en los de vraagjes op.



*25/5/2006  Studio 100, het productiehuis achter Samson & Gert, Piet Piraat, Kabouter Plop, Bumba, Spring en K3, heeft een volgende – belangrijke - stap gezet in de vernieuwing van haar website. Sinds kort staat het hele muziekaanbod online. Voortaan kunnen Studio 100-fans hun favoriete liedjes dus ook downloaden.

Wat kost het? Bij elke downloadsessie betaal je een vaste, éénmalige kost van 0,50 €, ongeacht het aantal liedjes dat je download. Voor 1 tot en met 9 liedjes, betaal je 1,50 € per liedje. Vanaf 10 liedjes betaal je 1,20 € per liedje.*

- Sinds kort kan je alle muziek van Studio 100 online downloaden. Wat vind jij hiervan?

……………………………………………………………………………………………………………

- En wat vind je van de kostprijs? 0 duur O redelijke prijs O goedkoop

- Geef jij de voorkeur aan downloaden of kopen op cd? Waarom? ………………………………………………………………………………………………………….

- Wat vind jij eigenlijk van de muziek van Studio 100?

……………………………………………………………………………………………………………



En daar blijft het niet bij? Q-music en Studio 100 hebben ook een eigen kinderradio, namelijk Radio BemBem. De radio is enkel te beluisteren via het internet.

- Vind je dit goed of slecht? Bespreek enkele voor- en nadelen.

|  |  |
| --- | --- |
| Voordelen van internetradio | Nadelen van internetradio |
| ………………………………………………………… | …………………………………………………………. |
| ……………………………………………………………………………… | …………………………………………………………. |

De kinderradio zendt 24 uur op 24 uur uit terwijl een kind ‘s nachts toch in dromenland ligt.

Wat vind jij daarvan? …………………………………………………………………………………