cello wercken zutphen

Output en return on investment

CelloWercken Zutphen 2025

CelloWercken Zutphen heeft de afgelopen jaren op alle fronten een groei doorgemaakt en deze trend zet zich volgend jaar door: het aantal activiteiten en de perswaarde en daarmee samenhangend het aantal deelnemers en bezoekers en de inkomstenstroom.

FINANCIERINGSMIX

Eigen Inkomsten Quote (EIQ) 43%, wat uitzonderlijk hoog is voor een instelling die naast cultuur ook kunstvakonderwijs aanbiedt.*

*Ter referentie: de meeste conservatoria hebben slechts twee inkomstenstromen: subsidie en collegegeld.



- **15%** Publieksinkomsten
- **17%** Private fondsen
- **11%** Sponsoren, partners, donateurs en deelnemersbijdragen
- **12%** Rijkssubsidie
- **45%** Gemeentelijke subsidie

Daarnaast ontvangt CelloWercken Zutphen substantiële sponsoring in natura: musici verblijven bij Zutphense gastgezinnen, waardoor we ca. EUR 30.000 aan hotelkosten uitsparen. De Koehoorn voorziet in onze cateringbehoefte voor de cursussen, wat een besparing van ca. EUR 2.000 oplevert. Dankzij de inzet van betrokken vrijwilligers hoeven we geen betaalde krachten in te zetten voor kaartcontrole en publieksbegeleiding.

OUTPUT

5
unieke, kwalitatief hoogwaardige verdiepende modules voor cello vakstudenten, aanvullend op de conservatoriumstudie

80
deelnemende studenten uit binnen- en buitenland



5.000
bezoekers tijdens het festival, Passion of Innocence en modules door het jaar heen

50
belangwekkende concerten



400
kinderen als deelnemer en bezoeker

15
(inter)nationale grootmeesters als gastdocent



RETURN OF INVESTMENT

Economische spin-off EUR 215.000*

***Gebaseerd op referentiefestivals, waarbij bezoekers van buiten de provincie gemiddeld, bovenop het entreebewijs, EUR 75,- per persoon uitgeven aan lokale retail (met name hotellerie, horeca en winkels) en bezoekers van binnen de provinciegrenzen gemiddeld EUR 35,- per persoon. Een bezoek aan het festival wordt bovendien vaak gecombineerd met een bezoek aan een andere culturele activiteit in Zutphen, zo blijkt uit onze publieksenquete.**

Het bereik van onze free publicity is ruim **3 miljoen**, waarbij met iedere uiting de stad Zutphen, als onderdeel van onze naam, regionaal en nationaal op de kaart wordt gezet. De Advertising Equivalent Value (AVE) vertegenwoordigt een waarde van ca. **EUR 25.000**.*

*Gebaseerd op referentiejaar 2023, met **23 onbetaalde items** in totaal: redactionele aandacht in het NRC, Nederlands Dagblad en De Stentor, 4 items op NPO Radio 1 en 4, een item op Omroep Gelderland, items in Tubantia, de Stedendriehoek, Contact en Zutphen Bruist en 7 items op Radio Gelderland. Daarnaast hebben we betaalde advertenties in onder meer de Trouw geplaatst met een geschatte AVE van **EUR 10.000.**