



Businessplan

Het Langhuis

21 december 2018

Door De Nieuwe Hanze Unie

Lennart Nijenhuis

Leon Renwarin

Manon Tjeerdsma

Christaan Smits

Petra van den Hengel

 **HET LANGHUIS**

Bedrijfsgegevens

Naam

Kunstruimte Het Langhuis

Adres

Goudsteeg 8

Plaats

8011 PP Zwolle

Telefoon

038 421 5268

Email

Info@langhuis.nl

Contactpersoon:

Paul van der Ham

Voorwoord

Het businessplan dat voor u ligt is de nieuwe invulling die Het Langhuis gaat krijgen. In samenwerking met De Nieuwe Hanze Unie (DHNU) is bestuurder Paul van der Ham op zoek gegaan naar een toekomstscenario voor Het Langhuis, zodat Het Langhuis kan blijven bestaan. Dit businessplan is geschreven door vier studenten van Hogeschool Windesheim en NHL Stenden in Emmen onder leiding van De Nieuwe Hanze Unie. Het eindresultaat daarvan is verwerkt in dit businessplan.

Wij wensen u veel leesplezier,

Lennart Nijenhuis

Manon Tjeerdsma

Leon Renwarin

Christiaan Smits

Petra van den Hengel

Samenvatting

Kunstruimte Het Langhuis is de plek voor experimentele kunst in de Regio Zwolle. Het Langhuis is op zoek naar een toekomstscenario. Communicatiestudenten van Windesheim Zwolle en een commerciële economiestudent van NHL Stenden Emmen onder leiding van De Nieuwe Hanze Unie hebben de opdracht gekregen om een businessplan met een toekomstscenario voor Het Langhuis op te stellen.

Toekomstscenario

Het Langhuis gaat verder als zowel een plek als een platform voor experimentele kunst. Dit houdt in dat Het Langhuis de positie van experimentele kunst gaat versterken en verbeteren door middel van talentontwikkeling en het in contact brengen van de maatschappij met experimentele kunst.

Allereerst zal Het Langhuis een grotere rol gaan spelen in de Zwolse gemeenschap. Dit komt doordat Het Langhuis zich niet alleen maar als expositieruimte wil presenteren maar ook een actieve rol in de Zwolse samenleving wil gaan spelen door middel van samenwerkingen met scholen, andere kunstpartijen en het bedrijfsleven. Zo biedt Het Langhuis maatschappelijke waarde voor de gemeente Zwolle en haar omgeving.

Naast het fungeren als expositieruimte gaat Het Langhuis beginnende kunstenaars coachen met het starten van hun carrière. Verder gaat Het Langhuis samenwerken met partijen uit de omgeving die raakvlakken hebben met experimentele kunst. Door samenwerking met andere podia die experimentele kunst aanbieden kan er een front en een actief netwerk gevormd worden, wat ervoor kan zorgen dat experimentele kunst in Zwolle meer voeten aan de grond krijgt.

Verder gaat Het Langhuis samenwerken met het bedrijfsleven door kunstenaars te koppelen aan bedrijven met vraagstukken. Zo kunnen problemen op een creatieve manier opgelost worden wat het bedrijfsleven ten goede komt. Verder kan Het Langhuis haar kunstruimte aanbieden als inspirerende locatie voor relatieborrels en bijeenkomsten.

Het Langhuis gaat meer samenwerken met scholen, waardoor de Zwolse jeugd meer in aanraking komt met experimentele kunst.

Het is dus van groot belang dat Het Langhuis op projectbasis met het bedrijfsleven, scholen en kunstinstellingen samenwerkingen opstart. Dit vergroot het draagvlak voor experimentele kunst en de naamsbekendheid van Het Langhuis in Zwolle en de omgeving. Het betrekken van fondsen is van groot belang voor de levensvatbaarheid van Het Langhuis.

Randvoorwaarden

Er zijn een aantal randvoorwaarden die essentieel zijn voor het voortbestaan van Het Langhuis.

Omdat de plek Het Langhuis van historische waarde is en van waarde is voor betrokkenen van Het Langhuis moet er een renovatie plaatsvinden. Met name in de winterperiode is het pand niet eenvoudig te verwarmen. Verder is het noodzakelijk Het Langhuis te herorganiseren. Uit onderzoek is gebleken dat Het Langhuis met veel doorloop van vrijwilligers kampt. Dit moet worden opgelost door een vaste vrijwilligersbasis op te bouwen.

Ook moeten er professionele betaalde krachten komen voor fundraising, programmering en PR. Aan beide taken zit veel tijd en noodzaak, daarom is het van belang dat er 1 FTE, mogelijk verdeeld over 2 functies, hiervoor wordt aangenomen.

Business Model Canvas

Aan de hand van het Business Model Canvas is inzicht gegeven over hoe Het Langhuis gaat opereren op basis van het eerder benoemde toekomstscenario.

Onderscheidend vermogen

Het versterken en verbeteren van de positie van de beeldende experimentele kunst in de Regio Zwolle is wat Het Langhuis uniek maakt. Er zijn geen andere podia en instanties die de zogenaamde kunst met een rafelrandje als centraal element hebben in de regio Zwolle. Het Langhuis speelt een unieke rol in de Zwolse gemeenschap wanneer het talenten ontwikkelt en het samen gaat werken met het bedrijfsleven, andere kunstinstellingen en het onderwijs. Het Langhuis zal dan als het ware een brug vormen tussen de maatschappij en de kunstwereld.

Doelgroep

Het Langhuis wil zich met name richten op (jonge) beginnende kunstenaars en (culturele) studenten. De kunstenaars zijn van groot belang, omdat uit het onderzoek is gebleken dat jonge kunstenaars in de regio Zwolle vrijwel geen mogelijkheden hebben hun kunst te exposeren en zich hier te vestigen. Verder zijn de studenten een belangrijke doelgroep. Na onderzoek is gebleken dat studenten een belangrijke rol vertolken in de Zwolse regio omdat zij deels toekomstige bewoners van de regio Zwolle zijn.

Key partners

Het is voor Het Langhuis interessant om zich te richten op het bedrijfsleven als mogelijke samenwerkingspartner. Door de eerder genoemde activiteiten met het bedrijfsleven uit te voeren creëert Het Langhuis maatschappelijke waarde in de regio. Verder kan Het Langhuis samen gaan werken met scholen, door middel van voorlichtingen en workshops. Zo komt de jeugd van Zwolle in aanraking met experimentele beeldende kunst. Door een samenwerking met (jonge) kunstenaars en andere kunstinstellingen uit de regio kan Het Langhuis een groter netwerk opbouwen, wat de programmering ten goede komt.

Key resources

Het Langhuis heeft een groot scala aan vrijwilligers die veel activiteiten uitvoeren en diensten leveren. Om structuur aan te brengen in het geheel, de programmering te ontwikkelen, fondsen te werven, meer naamsbekendheid te creëren en samenwerking te ontwikkelen is het van belang dat Het Langhuis betaalde krachten aanneemt. Hieromheen kunnen verschillende teams gevormd worden om de verschillende takken van sport uit te voeren en te voeren.

De fysieke resources zijn het gebouw en faciliteiten in Het Langhuis. Deze zijn vrijwel allemaal aanwezig. Het is echter nodig om materiaal en benodigdheden voor activiteiten aan te schaffen.

De intellectuele resources bestaan uit netwerken. Deze netwerken moeten vergroot worden om meer naamsbekendheid te vergroten voor Het Langhuis. Verder dient er kennis aanwezig te zijn voor het effectief werven van fondsen en sponsors. Ook dient er kennis aanwezig te zijn voor marketing en communicatie.

Tot slot dienen er voldoende financiële resources aanwezig te zijn om de plannen daadwerkelijk uit te kunnen voeren. Een substantieel deel hiervan is fondsen op projectbasis. Hierom is het werven van fondsen van groot belang voor het voortbestaan van Het Langhuis. Ook een startsubsidie is gewenst in de eerste drie jaar aflopend naar circa € 23.000 per jaar.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
1. Achtergrond & motivatie	7
1.1 Inleiding	7
1.2 Rol van Het Langhuis	7
1.3 Huidige situatie	7
1.4 Toekomstscenario; Het Langhuis als plek en platform voor experirmentele kunst	8
1.5 Randvoorwaarden	9
2. De markt in beeld	11
3. Het Langhuis businessmodel	14
3.1 Business Model Canvas	14
3.2 Toelichting Business Model Canvas van Het Langhuis	15
3.2.1 Klantsegmenten	15
3.2.2 Toegevoegde waarde	15
3.2.3 Kanalen	16
3.2.4 Klantrelaties	17
3.2.5 Key Resources	18
3.2.6 Kernactiviteiten	18
3.2.7 Key Partners	20
3.2.8 Inkomsten stromen	22
3.2.9 Kostenstructuur	23
4. Financiële prognose	27

Bijlagen

Bijlage 1 Stakeholdersanalyse Het Langhuis

Bijlage 2 Markt in beeld

Bijlage 3 SWOT Analyse

Bijlage 4 Doelgroep analyse Het Langhuis

Bijlage 5 Personeelsbeleid Het Langhuis

Bijlage 6 Het team van het Langhuis

1. Achtergrond & motivatie

1.1 Inleiding

Kunstruimte Het Langhuis. Een expositieruimte in Zwolle waar experimentele kunst een podium krijgt. Kunstruimte Het Langhuis bestaat al enkele decennia. Voorheen gesubsidieerd en vormgegeven door een gedreven voorhoede uit de Zwolse kunstscène. Na de crisis is de bescheiden subsidie (20.000 euro op jaarbasis) wegbezuinigd en daarna heeft Het Langhuis grotendeels op eigen kracht gefunctioneerd met inbegrip van lage locatie kosten en het beheer van het Zwolse cultuurfonds. De opgave voor het bestuur en vrijwilligers was het experimentele podium vitaal houden maar ook financieel gezond blijven en tegelijkertijd bouwen aan de reikwijdte en zichtbaarheid van Het Langhuis. Een zware opgave gezien de gehele organisatie drijft op vrijwilligheid en betrokkenheid. Dat gegeven in combinatie met een verduisteringszaak waarbij de voormalige penningmeester het weinig resterende geld heeft onttrokken heeft de aanzet gegeven tot een samenwerking met De Nieuwe Hanze Unie. Met als doel het onderzoeken van de levensvatbaarheid van kunstruimte Het Langhuis op dit moment en vanwege de situatie met een spreekwoordelijke schone lei. Het eindresultaat daarvan is verwerkt in dit businessplan.

1.2 Rol van Het Langhuis

Het Langhuis is het enige podium voor hedendaagse experimentele kunst in de Regio Zwolle. Als Het Langhuis zou stoppen dan zou het een gemis zijn voor niet alleen de stad maar ook de regio. Hoe binden we de experimentele hedendaagse kunstenaar dan aan Zwolle en omgeving? Het Langhuis heeft dan ook de ambitie om een leidende rol in te nemen op het gebied van experimentele kunst, met in haar kielzog hedendaagse maatschappelijke vraagstukken, in de regio Zwolle.

De projectgroep heeft een stakeholderanalyse (zie bijlage 1) uitgevoerd waarbij men verschillende partijen heeft geïnterviewd. De stakeholders gaven in deze interviews aan dat het een verlies zou zijn voor een stad als Zwolle als Het Langhuis zou verdwijnen. De reden waarom men dit een verlies noemt, geeft nu juist het onderscheidende vermogen weer van Het Langhuis. Het is namelijk de enige plek in de stad Zwolle en de omliggende regio waar er ruimte is voor experimentele kunst.

De projectgroep heeft ook de verschillende politieke partijen benaderd in Zwolle, waarvan er twee reageerden dat het een groot gemis zou zijn als Het Langhuis zou verdwijnen. De reden die zij hiervoor gaven is dat Het Langhuis de enige plek in Zwolle en omgeving is waar plek is voor experimentele kunst. Om ervoor te zorgen dat Het Langhuis ook in de toekomst blijft bestaan is het nu tijd om voor Het Langhuis om een nieuwe strategie en de implementatie uit te dragen.

1.3 Huidige situatie

Het Langhuis is gevestigd in het oude gebouw Het Langhuis, gebouwd rond het jaar 1350. Het Langhuis dient sinds 1957 als plek voor kunstenaars die willen creëren en exposeren. Er wordt veel waarde gehecht aan het gebouw, vanuit de historie en oorsprong, en vanuit de betrokkenen bij Het Langhuis. Het Langhuis wordt gerund door een 5-koppig bestuur, die vanuit een intrinsieke waarde Het Langhuis runnen en beheren. De verschillende activiteiten, vooral exposities in Het Langhuis, werden door circa 35 vrijwilligers georganiseerd. De vrijwilligers zijn van grote waarde voor Het Langhuis. Het feit dat de organisatie op vrijwilligers draait maakt de organisatie kwetsbaar. Het Langhuis is nooit een grote organisatie geweest, maar wist zich te handhaven. Tot het moment dat de verduisteringszaak van de penningmeester aan het licht kwam en Het Langhuis helaas haar deuren moest sluiten. Dit was een enorme teleurstelling en een nekslag voor alle activiteiten die vervolgens ook allemaal gestopt of opgeschort zijn. Dit gaf Het Langhuis wel een kans om te beginnen met een schone lei.

De laatste jaren heeft Het Langhuis een aantal ontwikkelingen doorgemaakt, zo is er onder het huidige bestuur een Business Club opgericht met een groeiend aantal leden. Ook is Het Langhuis intensief bezig geweest met het werven van fondsen. Inkomsten werden gegenereerd door de aanvraag van incidentele subsidies, dit omdat Het Langhuis niet meer in aanmerking kwam voor structurele subsidie. Het werven van subsidies is veel werk en ook al waren er meerdere kansen, onder de huidige bezetting van vrijwilligers was dit niet haalbaar om meerdere inkomsten te verkrijgen. Projecten zoals Inkt, pop-up exposities op het Bevrijdingsfestival Overijssel, exposities in de Grote Kerk van Zwolle hebben voor meer spreiding van activiteiten gezorgd. Er zijn activiteiten ontwikkeld in samenwerking met verschillende organisaties variërend van Het Academiehuis, Cibap en het Verhalenfestival. Deze activiteiten zijn opgezet en door gebrek aan capaciteit niet verder uitontwikkeld, uitgenut en vergroot. Wel bieden deze activiteiten kansen voor de toekomst van Het Langhuis.

1.4 Toekomstscenario; Het Langhuis als plek en platform voor experimentele kunst

Zoals hierboven beschreven, zijn er voldoende kansen voor Het Langhuis wanneer zij meer inzetten op talentontwikkeling en samenwerkingen met verschillende partijen en ook gebruik maken van andere locaties en gezamenlijke programma's. Wanneer Het Langhuis als plek én platform gebruikt wordt, gaat Het Langhuis een grotere rol spelen in de Zwolse gemeenschap. Door niet alleen de locatie te gebruiken als expositieruimte maar ook een actieve rol in de Zwolse samenleving te gaan spelen door middel van talentontwikkeling en samenwerkingen met scholen, andere cultuurstellingen en het bedrijfsleven biedt Het Langhuis maatschappelijke waarde voor de gemeente Zwolle en haar omgeving. Hierdoor wordt de missie van Het Langhuis bereikt, namelijk het versterken en verbeteren van de positie van de beeldende experimentele kunst in de Regio Zwolle. Om deze missie waar te maken worden de volgende activiteiten uitgevoerd door Het Langhuis:

Beginnende kunstenaars; Meester& Gezel

Allereerst kan Het Langhuis beginnende kunstenaars coachen met het starten en ondersteunen van hun carrière. Doordat veel vrijwilligers ervaring hebben in de kunstwereld, vaak ook omdat het zelf kunstenaars zijn, kunnen ze beginnende kunstenaars helpen om hun kunstcarrière een boost te geven. Ook worden ervaren kunstenaars hiervoor ingehuurd. Dit kan een USP (unique selling point) van Het Langhuis worden, omdat ze dan als een van de weinige kunstinstellingen in de regio beginnende kunstenaars een springplank bieden. Verder kan het voortbrengen van talentvolle kunstenaars naamsbekendheid creëren op de lange termijn.

Scholen

Het Langhuis brengt de maatschappij meer in contact met experimentele kunst als bron van creativiteit en inspiratie. Daarom richt zij zich ook op het basisonderwijs en het voorgezet onderwijs. Verschillende interactieve sessies met kunstenaars voor leerlingen van scholen worden gehouden om maatschappelijk draagvlak te krijgen, maar ook maatschappelijke voeding te verkrijgen voor kunstenaars over wat speelt bij kinderen. Hier zal samenwerking gezocht worden met de Stadskamer in Zwolle. In het verleden is hier ervaring mee opgedaan door Het Langhuis en heeft potentie om dit verder uit te bouwen.

Samenwerking

Verder gaat Het Langhuis samenwerken met partijen uit de omgeving die een relatie hebben met experimentele kunst. In het verleden is dit al op kleine schaal uitgevoerd. Wanneer er samengewerkt wordt met bijvoorbeeld het Fraterhuis, een centrum voor experimentele film, kan er een 'front' gevormd worden. Uit onderzoek van de projectgroep is gebleken dat er vooral op 'eilandjes' gewerkt wordt door de verschillende kunstorganisaties. Men weet niet van elkaar wat men doet. Door samen te werken, kan er meer naamsbekendheid gegenereerd worden. Hierdoor kan experimentele kunst op termijn een voet aan de grond krijgen in Zwolle en omstreken. Ook kunnen er thematische

activiteiten georganiseerd worden in samenwerking met andere kunstinstellingen in de regio Zwolle. Het Langhuis kan ruimte bieden aan partijen met dergelijke initiatieven en het contact tot stand brengen.

Bedrijfsleven

Het Langhuis kan veel waarde creëren voor het bedrijfsleven. Het Langhuis kan onder andere kunstenaars aan bedrijven koppelen. Het idee hierachter is dat bedrijven kunstenaars in kunnen huren om te assisteren bij verschillende vraagstukken. Door kunstenaars op een creatieve manier hier naar te laten kijken kan het bedrijf 'out of de box' denken en dit levert wellicht frisse ideeën op, voor zowel de kunstenaars als het bedrijfsleven. Ook kan Het Langhuis gemaakte kunst in Het Langhuis, in samenwerking met de kunstenaars, uitlenen aan bedrijven. Bedrijven zien het belang van Het Langhuis voor de maatschappelijke diversiteit en ontwikkeling in Zwolle en omgeving. Zij zien dit als een vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat het bedrijfsleven geïnteresseerd is, blijkt vanuit de verbonden bedrijven van de afgelopen jaren. Het is daarom van belang om deze verbondenheid verder uit te diepen.

Workshops en relatieborrels

Verder biedt Het Langhuis relatieborrels en workshops in haar ruimte aan. Het Langhuis faciliteert in ruimte, bemensing, apparatuur en exposities. Dit zorgt voor een wisselwerking; Het Langhuis verdient aan de locatieverhuur en de bedrijven komen in contact met experimentele kunst, wat ook de naamsbekendheid in de regio vergroot. Het bedrijf gebruikt daarentegen de netwerkborrels voor profileren (reclame of presentatie bedrijf) voor de eigen klantenkring en het netwerk van Het Langhuis.

1.5 Randvoorwaarden

Om het toekomstscenario te laten slagen zijn een aantal randvoorwaarden opgesteld. Deze randvoorwaarden zijn essentieel voor het voortbestaan van Het Langhuis in dit toekomstscenario dat opgesteld is door de projectgroep.

Renovatie

De plek Het Langhuis is een belangrijk element in de organisatie, niet alleen gezien vanuit de historie, maar ook vanuit het belang van het bestuur en de vrijwilligers. Het neemt een centrale rol in binnen de organisatie. De renovatie van het gebouw is een randvoorwaarde voor het voortbestaan van Het Langhuis, het gebouw stamt uit de 14^e eeuw en is inmiddels een Rijksmonument. Dit maakt gehele renovatie lastig, aangezien de regels voor het verbouwen/renoveren van Rijksmonumenten zeer streng zijn. Een renovatie is echter nodig omdat met name in de wintermaanden het gebouw zeer koud is door slechte isolatie. Hierdoor zijn de kosten voor verwarming extreem hoog.

Vrijwilligers

Voor de toekomst van Het Langhuis zijn de vrijwilligers van belang. De vrijwilligers zorgen namelijk ervoor dat Het Langhuis draaiende blijft. Naast de verschillende activiteiten, zoals exposities en verhuur zijn er verschillende vrijwilligers betrokken in commissies (Communicatiecommissie, Commissie Fondsenwerving etc.). Deze commissies zorgen ervoor dat de besluiten die genomen worden door het bestuur van Het Langhuis uitgevoerd worden. In 2018 waren er circa 35 vrijwilligers aangesloten bij Het Langhuis. Op dit moment zijn er mogelijk minder, waardoor er weer vrijwilligers geworven moeten worden.

Betaalde krachten

Vrijwilligers nemen een belangrijke rol in de organisatie van Het Langhuis. Het maakt de organisatie echter ook kwetsbaar. Voor het voortbestaan van Het Langhuis zijn er in de nieuwe situatie betaalde krachten nodig. Deze betaalde krachten zijn verantwoordelijk voor fondsenwerving, programmering

en PR. Deze functies zijn van groot belang en kosten veel tijd, daarom is ervoor gekozen om deze functies betaald te laten zijn. Fondsenwerving is van belang omdat er geen structurele subsidies worden verleend. Deze betaalde krachten kunnen worden opgesplitst in een algemeen coördinator/projectmanager (directeur) en een parttime fondsenwerver.

Autonomie

Door zijn unieke waarde is een andere randvoorwaarde dat Het Langhuis zijn autonomie behoudt. Dit houdt in dat Het Langhuis een plek en platform van experimentele kunst moet zijn en blijven. De missie moet overeind blijven. Dit sluit samenwerking met diverse partners met andere doelstellingen niet uit, maar benadrukt de waardepropositie van experimentele kunst.

Commitment partners

Om het voortbestaan van Het Langhuis te kunnen verzekeren, is het van belang dat stakeholders commitment tonen voor Het Langhuis. Hierdoor kunnen deze partijen samen hun krachten bundelen om er zo voor te zorgen dat Het Langhuis een solide toekomstperspectief heeft en resulteert in gezamenlijke programma's en activiteiten.

2. De markt in beeld

Door middel van het schetsen van de markt van Het Langhuis wordt er in kaart gebracht in welke context de organisatie opereert. Om de context van de organisatie goed te kunnen beschrijven wordt er gekeken naar de afnemersgroepen, bedrijfstak, concurrentie en stakeholders van Het Langhuis. Hieronder is een korte samenvatting te vinden omtrent de bevindingen van de markt in beeld analyse, zie ook bijlage 2. Deze analyse bestaat uit de volgende onderdelen: afnemers in beeld, bedrijfstak in beeld en concurrentie in beeld.

Afnemers in beeld

De afnemersanalyse heeft de doelgroep van het Langhuis in kaart gebracht, (jonge) beginnende kunstenaars en (culturele) studenten. Op de business to business markt zal er worden gericht op de culturele instellingen van Zwolle.

De beginnende kunstenaars zijn een belangrijke doelgroep voor Het Langhuis, zij kunnen helpen bij de activiteiten van Het Langhuis. De (culturele) studenten vormen ook een belangrijke doelgroep voor Het Langhuis, omdat zij een grote groep zijn die eventueel interesse in Het Langhuis kunnen tonen.

Het marktpotentieel van deze doelgroepen kan niet exact worden berekend, wel kunnen de volgende aannames worden geformuleerd;

- 1.450 studenten die jaarlijks één keer of vaker in het Langhuis komen;
- 3.800 bezoekers met een interesse in cultuur die jaarlijks in het Langhuis komen;
- In totaal zijn dat 5.250 bezoekers die één keer of vaker dan één keer per jaar bij het Langhuis komen;
- Naar verwachting 1.750 unieke bezoekers in het eerste jaar. Ervan uit gaande dat elke bezoeker gemiddeld drie keer per jaar het Langhuis bezoekt.

Bedrijfstak in beeld

Aan de hand van de bedrijfstakanalyse zijn de volgende kansen in de bedrijfstak in kaart gebracht voor Het Langhuis.

Marco omgevingsfactoren:

Sterk toenemende stedelijkheid:

Steden worden steeds belangrijker in de wereldeconomie en ook de regio's waarin steden samenwerking zoeken. De verwachting is namelijk dat 60% van de wereldbevolking in 2030 in stedelijke regio's zal wonen. Deze trend is ook in Nederland zichtbaar. Van 2015 tot en met 2030 is de verwachte bevolkingsgroei in Nederland 1.000.000 inwoners. Driekwart hiervan zal plaatsvinden in de grotere gemeenten met 100.000 of meer inwoners.

De verstedelijking zorgt er voor dat Zwolle als regio zal groeien qua bevolkingsomvang. Hierdoor zal het aanbod waar de primaire vraag van experimentele kunst kan worden aangeboden ook groter worden door middel van de groei van de bevolkingsomvang.

Kunst en cultuur toekomstvisie regio Zwolle:

De regio Zwolle heeft een duidelijke toekomstambitie geformuleerd op drie verschillende deelgebieden.

- Leven lang leren
- Vernieuwing en innovatie in de sector stimuleren.
- Toekomstbestendigheid van de sector.

Daarnaast is het Profiel Stedelijke Cultuurregio Zwolle Experiment&Ernst opgesteld (2018) waarin de ambities en actielijnen passend zijn voor de strategie van Het Langhuis.

Het Langhuis kan inspelen op deze toekomstambities van de regio Zwolle:

- Een leven lang leren: Het Langhuis stelt in haar PMC combinaties een leven lang leren door middel van educatieve workshops en exposities centraal.
- Daarnaast is experimentele kunst een vernieuwende en innovatieve manier binnen de kunstsector.
- Experimentele kunst, de kunst met een rafelrandje, kan ingezet worden voor creativiteit en innovatieve inspiratie in de maatschappij en bedrijvigheid. Dit maakt zowel de maatschappij als de economie meer toekomstbestendig.

Sociale ontwikkelingen:

Er ligt veel nadruk op nieuw talent en nieuwe voorstellingen (Ontwikkelingen en trends binnen cultuur en kunstbranche, 2015). Daarnaast neemt de focus op verdieping en ontwikkeling van topcreatie neemt af. Er is vooral aandacht voor korte trajecten, terwijl er voor verdieping en verdere ontwikkeling minder ruimte is. Het Langhuis richt zich op experimentele hedendaagse beeldende kunst, dit speelt in op de actualiteit in de maatschappij. Doordat Het Langhuis zich vooral op nieuwe voorstellingen richt binnen hun core business ligt hier een grote kans voor Het Langhuis.

Technologische ontwikkelingen:

Digitalisering heeft een grote invloed omtrent de productie en consumptie van kunst en cultuurbranche. (Ontwikkelingen en trends binnen cultuur en kunstbranche, 2015) De nieuwe technologieën van Google zorgen er namelijk voor dat we virtueel door musea en exposities kunnen wandelen.

Binnen disciplines als klassieke muziek, slaat de vergrijzing toe en blijven nieuwe bezoekers weg. (Ontwikkelingen en trends binnen cultuur en kunstbranche, 2015) Cultuurinstellingen vinden het moeilijk om hierop een passend antwoord te vinden. Het publiek wil namelijk steeds meer worden vermaakt aan de hand van ervaringen. Daarom kan er ook wel worden geconcludeerd dat het de tijd is van de beleveniscultuur, festivalisering en funshoppen. We willen alles, nu meteen en overal.

Het Langhuis kan door middel van de opkomende digitalisering inspelen op de behoefte om de creatie van een beleveniscultuur te creëren. Door middel van de nieuwe online platformen en communicatiemiddelen kan de primaire vraag naar beeldende kunst in de regio vervuld worden.

Algemene marketingfactoren:

Marktomvang:

De landelijke marktomvang van de beeldende kunstgaleries/musea blijft stabiel en ligt op hetzelfde niveau als in 2009. Wel is er sprake van een groei omtrent de marktomvang bij tijdelijke tentoonstellingen van 26%. Er is dus sprake van een markt waarin de omvang van aanbieders omtrent tijdelijke tentoonstellingen op gebied van beeldende kunst groeit.

Het Langhuis moet zich dus gaan concentreren op het creëren van onderscheidend vermogen ten opzichte van de concurrentie om niet te worden opgeslokt door de toenemende concurrentie.

Marktgroei:

Vanaf het jaar 2009 t/m 2016 is er een duidelijke stijgende lijn te zien in de groei van de markt en de vraag naar beeldende kunstmusea/galeries. Het percentage betreft een groei van (81%). Dit is te verklaren door het toenemende aantal buitenlandse bezoekers en de stijgende vraag vanuit de eigen omgeving. Het Langhuis opereert dus in een markt waarin een fikse groei te signaleren is. Hierdoor ligt er een grote kans op het gebied van het aantrekken van meer bezoekers en een stijging te realiseren in het bezoekersaantal.

Concurrentie in Beeld

Het Langhuis heeft te maken met weinig concurrentie binnen haar bedrijfstak wegens het onderscheidende aanbod van diensten ten opzichte van andere organisaties binnen de kunst en cultuurbranche. Ook heeft Het Langhuis een afwijkende kernwaarde en doelgroep binnen het de provincie Overijssel.

Hierdoor bevat de concurrentieanalyse *één* concurrent. De criteria van de concurrentieanalyse kan als volgt worden geformuleerd:

- Geografische locatie (Provincie Overijssel)
- Overeenkomend aanbod van diensten.

Aan de hand van deze criteria kwam de organisatie Tetem naar voren.

Tetem is een organisatie in Enschede, die met haar tentoonstellingen en de brede randprogrammering daar omheen het verhaal van een maatschappij die in ontwikkeling is wil vertellen. Dit doen ze vanuit hun programmalijnen. Tetem werkt vanuit het uitgangspunt van beeldende kunst, maar beperkt zich hier niet toe. Ze opereren in een breder veld van digitale media, techniek, wetenschap en design. Het doel is educatie overbrengen naar het publiek aan de hand van co-creatie met publiek en partners uit andere domeinen.

Aan de hand van de conclusie van de concurrentieanalyse kwamen de volgende punten naar voren:

- Tetem heeft een groot concurrentievoordeel ten opzichte van Het Langhuis op gebied van prijs doormiddel van het hanteren van gratis entree voor haar activiteiten.
- Tetem en Het Langhuis hebben een vergelijkbaar assortiment van diensten (in de nieuwe vorm), wel geeft Tetem meer betekenis en cohesie aan haar activiteiten doormiddel van de introductie van programmalijnen.
- Tetem heeft een groot concurrentievoordeel ten opzichte van Het Langhuis op het gebied van marketingactiviteiten (kwalitatievere website en actievere content creatie via social media).
- Tetem en Het Langhuis hebben een vergelijkbare strategie. Alleen heeft Tetem een groot concurrentievoordeel op implementatie door de cohesie tussen de programmalijnen en het dienstenaanbod.

3. Het Langhuis businessmodel

Hieronder het uitgewerkte businessmodel van Het Langhuis. Deze geeft inzicht hoe Het Langhuis gaat opereren op basis van het toekomstscenario en hoe Het Langhuis gaat inspelen op de kansen en bedreigingen in haar externe omgeving. Het business model canvas is opgesteld naar aanleiding van de gehouden interviews en onderzoeken genoemd in de bijlagen 1 tm 6.

3.1 Business Model Canvas

Hieronder wordt het businessmodel van Het Langhuis toegelicht aan de hand van het business model canvas.

Key partners • Bedrijven in de Regio Zwolle die willen investeren in MVO • Scholen • Kleinere kunstinstellinge in de Regio Zwolle • Fondsen	Key activities • Exposities • Uitlenen en verkoop van kunststukken • Coaching trajecten/ talent programma's • Workshops Cursussen • Netwerkborels • Educatieve pakketten op maat voor scholen • Advies op maat voor bedrijven/ instanties • Verhuur locatie	Value Proposition Het Langhuis is de plek en het platform voor experimentele kunst. Het Langhuis biedt beginnende en gevestigde kunstenaars op het gebied van experimentele kunst een podium en stimuleert hen om zich verder te ontwikkelen. Daarnaast brengt Het Langhuis door middel van haar diensten en producten de maatschappij in aanraking met experimentele kunst als bron van creativiteit en innovatiekracht in de Regio Zwolle.	Customer relations • Geautomatiseerde/ zelfbediening relaties: social media, nieuwsbrieven • Persoonlijke lange termijn relaties: Abonnement, face to face, telefonisch, per email • Persoonlijke korte termijn relatie, eenmalige transactie of meerdere, face to face, telefonisch, per mail contact • Persoonlijke lange termijn relatie Afsluiten abonnementen, face to face, telefonisch, email, netwerk borels	Customer Segments • Experimentele kunst- en cultuurliefhebbers uit Zwolle en de wijde omgeving; (Culturele)studenten • Beginnende talentvolle en gevestigde kunstenaars in experimentele kunst • Schoolinstanties/ bedrijven binnen de Regio Zwolle • Fondsen en sponsoren uit heel Nederland die Het Langhuis willen ondersteunen
Key resources • Betaalde kracht en vrijwilligers • Locatie Het Langhuis • Netwerk van het Langhuis • Wervingscapaciteit van fondsen ed			Channels • Offline kanalen: Traditionele media: posters, billboards, accountmanagement • Online kanalen: Online verkoop; Social media kanalen: Facebook, Instagram, Pinterest	
Cost structure Activiteiten Projecten Vaste kosten			Revenu stream Activiteiten Projecten Donateurs/businessclubs Startsubsidie voor 3 jaar	

3.2 Toelichting Business Model Canvas van Het Langhuis

In deze paragraaf wordt het Business Model Canvas van Het Langhuis toegelicht.

3.2.1 Klantsegmenten

Het Langhuis gaat zich richten op de belangrijkste vier doelgroepen. Deze doelgroepen zijn bepaald aan de hand van een doelgroepanalyse, gegeven in bijlage 4. De doelgroepen luiden als volgt;

Experimentele kunst- en cultuurliefhebbers uit Zwolle en de wijde omgeving; (Culturele)studenten

Studenten zijn een belangrijke doelgroep voor Het Langhuis, experimentele kunst is namelijk fris en out of the box. Het concept experimentele kunst is iets wat aantrekkelijk kan zijn voor deze doelgroep. Bij deze doelgroep gaat het voornamelijk over studenten die al een interesse hebben in kunst, zoals studenten van ArteZ en Cibap. Echter kan het ook breder getrokken worden naar studenten die op het mbo en hbo zitten.

Beginnende talentvolle en gevestigde kunstenaars in experimentele kunst

Voor kunstenaars is er gekozen voor zowel de jonge en enthousiaste kunstenaar als de oudere beginnende en gevestigde kunstenaar. De jongere kunstenaar sluit aan bij de studenten doelgroep, zoals hierboven vermeld wordt. Ook deze doelgroep kan wat breder getrokken worden door niet alleen te kijken naar kunstenaars die in het vak zitten, maar ook te kijken naar de creatieveling die gewoon thuis werkt.

Schoolinstanties/bedrijven binnen de Regio Zwolle

Voor scholen en bedrijven is het moeilijk om een segmentatie te maken. Er zou geredeneerd kunnen worden dat men moet gaan voor ondernemingen waar een jonger iemand aan het roer staat, maar dit hoeft niet te betekenen dat men specifiek hiernaar moet gaan kijken. Voor scholen geldt precies hetzelfde alhoewel Het Langhuis via de gemeente en de Stadskamer in contact kan komen met verschillende soorten scholen in Zwolle (basisschool, middelbaar onderwijs, beroepsonderwijs) om voor deze scholen activiteiten kan organiseren.

Fondsen en sponsors uit heel Nederland die Het Langhuis willen ondersteunen

Om de financiële toekomst van Het Langhuis te garanderen, moet men op zoek gaan naar fondsen en sponsors die Het Langhuis financieel willen ondersteunen. Een belangrijke speler bij de fondsen is Het Mondriaan Fonds. Het Mondriaan Fonds is een publiek stimuleringsfonds voor beeldende kunst en cultureel erfgoed. Ook partijen als Cultuurparticipatie, Stadskamer en kleinere fondsen zoals Lirafonds en het Zwolle fonds zijn van belang voor Het Langhuis. Als Het Langhuis met een goed plan bij verschillende fondsen en sponsors aanklopt is de kans groot dat zij welwillend tegenover financiële steun staan.

3.2.2 Toegevoegde waarde

Het Langhuis is de plek en het platform voor experimentele kunst. Het versterken en verbeteren van de positie van de beeldende experimentele kunst in de Regio Zwolle is wat Het Langhuis uniek maakt. Het Langhuis biedt beginnende en gevestigde kunstenaars op het gebied van experimentele kunst een podium en stimuleert hen om zich verder te ontwikkelen. Het Langhuis wil voor beginnende kunstenaars een springplank zijn naar een carrière als gevestigde kunstenaar. Daarnaast brengt Het Langhuis door middel van haar diensten en producten de maatschappij in aanraking met experimentele kunst als bron van creativiteit en innovatiekracht in de regio Zwolle.

Het Langhuis speelt een unieke rol in de Zwolse gemeenschap wanneer het talenten ontwikkeld en het samen gaat werken met het bedrijfsleven, andere kunstinstellingen en het onderwijs. Het Langhuis vormt dan als het ware een brug tussen de maatschappij en de kunstwereld.

3.2.3 Kanalen

Om haar klantgroepen te bereiken gaat Het Langhuis gebruik maken van een multikanalen marketing/distributiestrategie. Bij deze strategie ligt nadruk op het inzetten van meerdere marketing en distributiekkanalen om haar diensten bij haar klantengroepen onder de aandacht te brengen en te verlenen.

Distributiekkanalen:

Online kanalen:

Online verkoop

Aanbieden van diensten assortiment via de website, social mediakanalen en nieuwsbrief worden alle klantgroepen bereikt.

Offline kanalen:

Accountmanagement

Door middel van het aanstellen van een betaalde kracht die de relaties opstart en onderhoudt met de klantgroepen, kan er voor worden gezorgd dat Het Langhuis haar zakelijke netwerk verder kan uitbreiden en onderhouden.

Op locatie/winkelverkoop

Door middel van het gebruik van Het Langhuis als physical evidence factor en als showcase van het diensten- en productenaanbod. Op deze manier wordt het publiek bereikt als ze Het Langhuis bezoeken voor bijvoorbeeld exposities en workshops.

Marketingkanalen:

Offline kanalen:

Traditionele media: posters, billboards

Deze kanalen worden ingezet om de primaire vraag op het gebied van experimentele kunst in Zwolle en de Regio Zwolle te stimuleren. Het doel van het gebruik van posters en billboards is om de naamsbekendheid voor Het Langhuis en haar activiteiten te vergroten. Deze middelen worden mogelijk gemaakt door het creëren van verschillende soorten content omtrent activiteiten en exposities van Het Langhuis.

Online kanalen:

Social media kanalen: Facebook, Instagram, Pinterest.

Het doel van het gebruik van social media kanalen is om zowel de primaire vraag om experimentele kunst te stimuleren als de naamsbekendheid van Het Langhuis te vergroten. Door middel van het gebruik van online kanalen kunnen potentiële klanten Het Langhuis diensten te helpen beoordelen waardoor de tevredenheid van de klanten gewaarborgd blijft.

Dit wordt mogelijk gemaakt door het creëren van verschillende soorten content voor de activiteiten van Het Langhuis. Ook is het een idee om webcare te introduceren voor Het Langhuis zodat klanten met vragen bij Het Langhuis terecht kunnen.

Internet (website): bedrijfswebsite van Het Langhuis.

De website wordt gebruikt om zowel de naamsbekendheid van Het Langhuis te vergroten als de klanten een informatiebron verschaffen op het gebied van experimentele kunst. Deze website geeft informatie over de diverse exposities in de regio op het gebied van experimentele kunst en aankomende exposities en informatie over Het Langhuis zelf. Dit wordt mogelijk gemaakt door middel van het creëren van verschillende soorten content van de activiteiten van Het Langhuis. Ook

door het implementeren van een mogelijkheid voor mensen om zich aan te melden voor diensten (bijvoorbeeld workshops) in Het Langhuis.

Internet (mailing/online nieuwsbrief)

Door bezoekers op de hoogte te houden van nieuws van Het Langhuis, nieuwe tentoonstellingen en andere zaken die spelen, kan Het Langhuis gebruik maken van mailings en online nieuwsbrieven. Door het creëren van verschillende soorten content omtrent de activiteiten van Het Langhuis in de mailings, kan Het Langhuis contact blijven houden met haar achterban, wat de meelevendheid voor Het Langhuis versterkt. Verder kan Het Langhuis via de nieuwsbrieven bezoekers de mogelijkheid bieden om zich aan te melden voor activiteiten van Het Langhuis.

Online influencers:

Door online influencers in te zetten kan Het Langhuis haar doelgroepen online bereiken via de content die de influencers creëren. Zo kan de primaire vraag bij afnemersgroepen van Het Langhuis in Zwolle en omgeving gestimuleerd worden.

3.2.4 Klantrelaties

Hieronder de toelichting omtrent het type klantrelatie per doelgroep:

Experimentele kunst- en cultuurliefhebbers uit Zwolle en de wijde omgeving; (culturele) studenten

Hier ligt de nadruk op een geautomatiseerde/zelfbedienings korte termijn relatie met de klant die gericht is op het creëren van meerdere transacties. Om deze groep te bereiken, zal er gekozen worden om contact te leggen met de kunstliefhebbers via nieuwsbrieven en social media. Via deze weg is het ook de bedoeling dat naar voren komt dat Het Langhuis de enige experimentele kunstruimte is in Zwolle. Hierdoor trigger je de kunst- en cultuurliefhebber om naar Het Langhuis te komen. Door aanwezig te zijn op social media blijf je hangen in het hoofd van de consument, de kunst- en cultuurliefhebber in dit geval.

Beginnende talentvolle en gevestigde kunstenaars in experimentele kunst

Hier ligt de nadruk op het creëren van een persoonlijke langer termijn relatie met de kunstenaar. Dit draagt bij aan een goede en duurzame relatie met de kunstenaar. Wanneer je commitment hebt van de kunstenaars die aangesloten zijn bij Het Langhuis, kan er een groter netwerk worden opgebouwd. Om de relatie te onderhouden met de talentvolle kunstenaars uit heel Nederland zal er contact worden onderhouden via moderne media (mail, telefoon website en digitaal platform/forum). Op de mail kunnen afspraken gezet worden die telefonisch behandeld zijn. Ook is het mogelijk om via de telefoon de persoonlijke onderlinge relatie te vergroten. Een betere persoonlijke relatie versterkt de commitment van de talentvolle kunstenaars.

Schoolinstanties/bedrijven binnen de Regio Zwolle

Hier ligt de nadruk op een persoonlijke relatie creëren met de klant op de korte termijn die gericht is op het afsluiten van een eenmalige transactie of meerdere. Scholen in de gemeente Zwolle en omliggende gemeentes zijn op zoek naar activiteiten voor interessante maatschappelijk voedende sessies voor kinderen. Vaak willen scholen ook een bijdrage doen aan de culturele vormgeving van de kinderen. Een uitje naar dé experimentele kunstruimte in Zwolle biedt mogelijkheden voor deze scholen. Het leert kinderen om out of the box te denken en ze met een andere manier te laten kijken. Om de relatie met de schoolinstanties te onderhouden, zal er telefonisch contact en mailcontact worden onderhouden. Zo is het makkelijk om de afspraken duidelijk te maken en vaak leidt dit tot een snel contact met elkaar. Daarnaast heeft de Stadskamer contact met de verschillende scholen. Indien Het Langhuis samenwerkt met de Stadskamer kan zij dit kanaal gebruiken.

Fondsen en sponsors uit heel Nederland die Het Langhuis willen ondersteunen

Hier ligt de nadruk op het creëren van een persoonlijke langer termijn relatie. Het Langhuis moet financiële steun zoeken bij fondsen en sponsors wil het kunnen blijven fungeren. De autonomie van Het Langhuis kan dan zeker blijven bestaan, met een extra steuntje in de rug van de verschillende fondsen en sponsors. Om een relatie op te bouwen en te onderhouden met deze groep, is het van belang om face-to-face contact te onderhouden. De fondsen en sponsors moeten namelijk een gezicht krijgen bij Het Langhuis. De accountmanagers van de fondsen hebben echter beperkt de tijd, waardoor telefonisch en mail de middelen zijn om contact te onderhouden.

3.2.5 Key Resources

De Key Resources vormen de beschrijving van assets die nodig zijn om er voor te zorgen dat het businessmodel werkt. Key resources kunnen worden ingedeeld in vier categorieën: Human resources, Fysieke resources, Intellectuele resources en Financiële resources

Human resources

Het Langhuis heeft een groot scala aan vrijwilligers die veel activiteiten uitvoeren en diensten leveren. Om structuur aan het geheel aan te brengen, om de programmering te ontwikkelen, fondsen te werven, meer naamsbekendheid te creëren en samenwerking te ontwikkelen is het van belang dat Het Langhuis betaalde krachten aanneemt. Hieromheen kunnen verschillende teams gevormd worden om de verschillende takken van sport uit werken en te voeren. Te denken valt aan:

- Commissie Suppoosten
- Commissie Fondsenwerving
- Commissie Faciliteit & Techniek
- Commissie PR & Communicatie
- Expositiecommissie
- Werkgroep Activiteiten en banenpool commissie

In bijlage 6 is de opzet van de commissies gegeven. In bijlage 5 is het personeelsbeleid gegeven, waarbij is toegelicht in de aanbevelingen hoe vrijwilligers specifiek voor Het Langhuis te binden en boeien.

Fysieke resources

De fysieke resources zijn het gebouw en faciliteiten in Het Langhuis. Deze zijn vrijwel allemaal aanwezig. Het is echter nodig om materiaal en benodigdheden voor activiteiten aan te schaffen.

Intellectuele resources

De intellectuele resources bestaan uit netwerken. Deze netwerken moeten vergroot worden om naamsbekendheid te vergroten voor Het Langhuis. Verder dient er kennis aanwezig te zijn voor het effectief werven van fondsen en sponsors. Verder dient er kennis aanwezig te zijn voor marketing en communicatie.

Financiële resources

Tot slot dienen er voldoende financiële resources aanwezig te zijn om de plannen daadwerkelijk uit te kunnen voeren. Een substantieel deel hiervan is fondsen op projectbasis. Hierom is het werven van fondsen van groot belang voor het voortbestaan van Het Langhuis.

3.2.6 Kernactiviteiten

De kernactiviteiten van Het Langhuis worden hieronder verder toegelicht doormiddel van een PMC (product/markt/combinaties) analyse, aan de hand van de afgebakende doelgroepen in de marktanalyse. Deze genoemde activiteiten en diensten passen in nog op te stellen programma's met specifieke thema's. Het Langhuis kan in samenwerking met andere podia en instellingen thematische voorstellingen organiseren. Dit houdt in dat er met diverse podia en musea in Zwolle een bepaald

thema gekozen wordt. Dit hoeft niet per se alleen in Het Langhuis maar kan ook plaats vinden bij andere podia en cultuurstellingen, bijvoorbeeld Het Fraterhuis. Gedurende een bepaalde tijd kunnen bezoekers dus een aanbod verwachten met een zelfde thema. Hier zou middels kaart verkoop/drankverkoop (of passe-partout) ook ingezet kunnen worden op inkomsten.

Voor kunst- en cultuurliefhebbers uit Zwolle en de wijde omgeving: studenten.

Exposities:

Exposities aanbieden gericht op de behoeften/wensen van de doelgroep waarbij Interactie en kennismaking met experimentele kunst centraal staan. Deze exposities zijn op te delen in de grotere exposities, waarbij nationale kunstenaars worden aangetrokken. Bij de kleinere exposities exposeren de beginnende kunstenaars. De kleinere exposities worden gecombineerd met de Artist In Residence projecten. Dit geeft de doelgroep de mogelijkheid om een kijkje te nemen in het leven van een kunstenaar door een kunstenaar op het gebied van experimentele kunst in Het Langhuis te laten werken en leven.

Bij deze activiteit staat kwaliteit boven kwantiteit. Dit kan dan bijvoorbeeld zijn dat er vier exposities per jaar worden georganiseerd met nevenactiviteiten eromheen. Het doel hiervan is om kwalitatieve exposities te organiseren die ervoor zorgen dat Het Langhuis bekend komt te staan als een kwalitatief goede kunstinstelling. Een van de voorwaarden voor dit onderdeel is dat er sprake moet zijn van continue expositie zodat er altijd wat te zien of te doen is in Het Langhuis.

Uitlenen en verkoop van kunststukken:

Het Langhuis heeft verschillende exposities en een groot netwerk van kunstenaars. Hier kan optimaal gebruik van worden gemaakt voor het uitlenen en verkoop van de verschillende kunststukken van haar netwerk en de exposities. Mogelijk kan hier een samenwerking opgezet worden met bestaande verkoop en verhuur galerijen.

Workshops:

Workshops aanbieden gericht op de behoeften/wensen van de doelgroep waarbij interactie en kennismaking met experimentele kunst centraal staat.

Voor beginnende talentvolle en gevestigde kunstenaars in experimentele kunst.

Coaching trajecten/talent programma's:

Beginnende kunstenaars op gebied van experimentele beeldende kunst worden begeleid om hun carrière een boost te geven. Dit is mogelijk door middel van een mentor aan te stellen die intensieve begeleiding biedt op vlakken zoals:

- Netwerk voor het werven van opdrachten;
- Begeleiding omtrent het werven van opdrachten bij opdrachtgevers;
- Advies omtrent uitwerken van verworven projecten.

Workshops/ Cursussen:

Beginnende kunstenaars op gebied van experimentele beeldende kunst bieden verschillende workshops aan, waardoor ze zich kunnen ontwikkelen binnen hun werkveld.

Netwerkborels

Beginnende kunstenaars op gebied van experimentele beeldende kunstmogelijkheden bieden met het netwerkplatform van Het Langhuis om opdrachten te verwerven bij opdrachtgevers. Dit betekent ook bij bedrijven. Dit wordt geïntegreerd in het coachingstraject/talentenprogramma.

Voor schoolinstanties/bedrijven binnen de Regio Zwolle

Educatieve pakketten op maat voor scholen:

Scholen educatieve pakketten aanbieden omtrent kunst en cultuur met de nadruk op experimentele beeldende kunst. Dit educatieve pakket zal onder andere de volgende dienstverleningen kunnen bevatten:

- Educatieve voorlichting/presentaties over experimentele kunst en cultuur aanbieden.
- Workshops omtrent experimentele kunst aanbieden.
- Advies geven omtrent experimentele kunst en cultuurbeleid.

Advies op maat voor bedrijven/instanties

Bedrijven en instanties advies op maat geven omtrent verschillende bedrijfsvraagstukken met betrekking op de verschillende disciplines binnen de bedrijfsvoering. Dit kan zijn dat bedrijven inspiratie en creativiteit willen opdoen voor het personeel. Het kan ook zo zijn dat ze gebruik willen maken van de expliciete invalshoek van de kunstenaars die hierbij een geheel ander licht op de bedrijfsvoering kan laten schijnen.

Netwerkborrels

Netwerkborrels aanbieden voor belanghebbenden binnen de doelgroep, waar verschillende bedrijven/instanties samenkomen omtrent hun passie voor experimentele beeldende kunst. Jaarlijks worden er netwerkborrels gehouden voor de businessclub leden, waarbij kunstenaars en ondernemers kunnen kennismaken. Dit is een service vanuit Het Langhuis.

Verhuur locatie

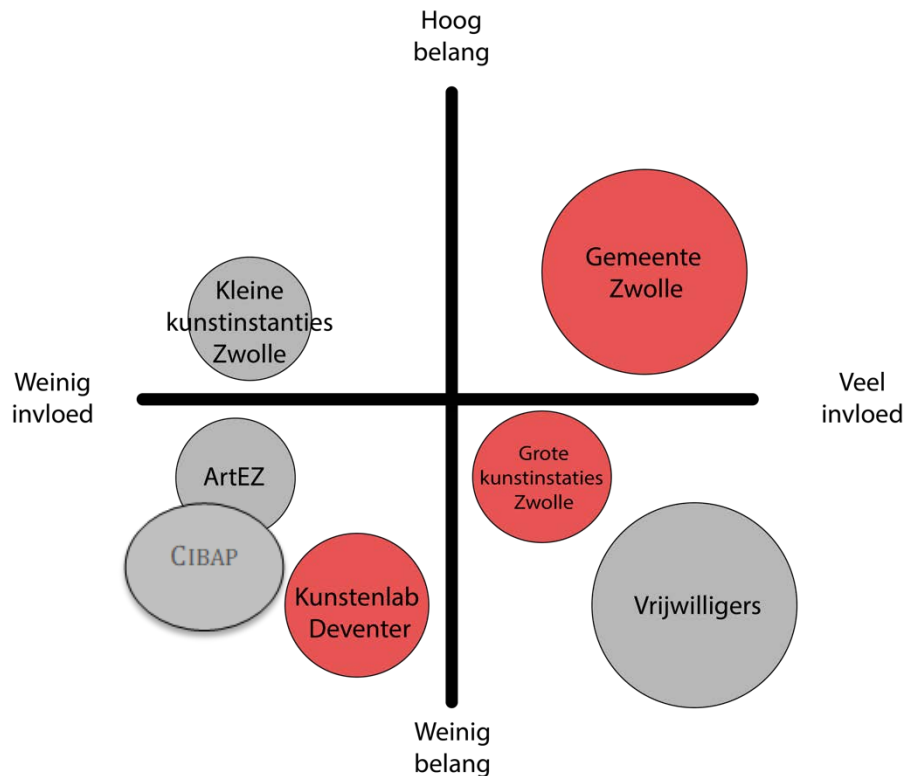
Bij dit onderdeel wordt Het Langhuis gebruikt als locatie voor bijeenkomsten, workshops, feesten etc. voor bedrijven en instanties. Dit concept bestond al langer maar zou ook in de nieuwe vorm van Het Langhuis terug kunnen komen in verband met bijvoorbeeld de nevenactiviteiten. Een idee is bijvoorbeeld om een abonnement voor Het Langhuis op te zetten waarbij men voor een wat goedkopere prijs Het Langhuis kan afhuren. De keuzes over de momenten van het verhuren van de locatie is afhankelijk van de expositie die hier hangt en borgen van de expositie in relatie tot verzekering en dergelijke.

3.2.7 Key Partners

Samenwerking met andere partijen is van groot belang voor Het Langhuis omdat dit voor de verschillende organisaties voordelen biedt voor zowel een creatief en innovatieve waarde voor de Regio Zwolle als voor het algehele kunstimago in de Regio Zwolle.

Er zijn een aantal instellingen waar Het Langhuis een samenwerking mee zou kunnen aangaan.

Door samenwerkingen met diverse partijen zoals deze zijn benoemd in het toekomstscenario, kan Het Langhuis een grote boost krijgen op het gebied van naamsbekendheid. Wanneer bedrijven uit de regio gebruik maken van de diensten van Het Langhuis is dit ook zeker interessant voor de fondsenwerver van Het Langhuis. De bedrijven zien de samenwerking met Het Langhuis als een vorm van maatschappelijk ondernemen. Gezien de maatschappelijke invloed die Het Langhuis heeft, heeft de gemeente Zwolle veel invloed en veel belang.



Ook is een samenwerking met scholen uit de regio Zwolle erg interessant voor Het Langhuis. Niet alleen wordt de naamsbekendheid vergroot, maar ook zorgt een samenwerking met scholen uit de omgeving er voor dat de jeugd uit de regio Zwolle in aanraking komt met experimentele kunst. Iets wat nu vrijwel niet gebeurt.

Door een samenwerking te starten met (jonge) beginnende kunstenaars in de omgeving kan Het Langhuis een netwerk opbouwen wat de programmering ten goede zal komen.

Tot slot zijn andere kunstinstellingen uit de regio Zwolle interessant om te benaderen voor een samenwerking. Door een gezamenlijk 'front' te vormen van experimentele kunst, wordt niet alleen de naamsbekendheid vergroot, maar ook wordt op deze manier de samenwerking en het netwerk vergroot en dit kan voor een interessante programmering zorgen. Gedacht kan worden aan samenwerking met:

- Museum de Fundatie;
- Filmtheater Fraterhuis;
- Grote Kerk
- Historisch Centrum Overijssel

Indien er kansen met commerciële ateliers mogelijk zijn:

- Atelier Knikker;
- Galerie Nende kunst
- Herman Brood Experience

Zie ook bijlage 1 Stakeholdersanalyse en bijlage 4 doelgroepsanalyse.

3.2.8 Inkomsten stromen

De inkomsten bestaan uit financiële inkomsten maar ook andere niet financiële voordelen voor de regio.

Financiële inkomsten

De financiële inkomsten bestaan uit donaties, entree, de bijdrage van de businessclub en op projecten gebaseerde activiteiten. Hieronder staan de vier verschillende groepen toegelicht.

Donateurs en donaties

Op dit moment zijn er vijftientig donateurs die gemiddeld 25 euro schenken aan Het Langhuis. Er wordt vanuit gegaan dat de donaties bij de doorstart en de PR acties die worden gehouden in het eerste jaar oploopt. Dit verhoogt de komende jaren door de kwaliteit van diensten en bekendheid van Het Langhuis. Daarnaast kunnen donateur pakketten worden ontwikkeld zodat er meer donateurs worden aangetrokken. Het Langhuis heeft een ANBI status (Algemeen nut beogende instellingen). Donateurs kunnen daardoor giften fiscaal aftrekken van hun inkomen. Daarnaast kan Het Langhuis gebruikmaken van bepaalde belastingvoordelen bij erven, schenken en de energiebelasting. Aan deze voordelen voor donateurs is nog geen aandacht besteed.

Aantal

1^e jaar: 100

2^e jaar: 200

3^e jaar: 300

Baten

1^e jaar: 2500

2^e jaar: 5000

3^e jaar: 7500

Businessclub leden

Ondernemers zien steeds meer de voordelen van kunst en kunstniches zoals Het Langhuis die als enige platform dient voor de experimentele kunst. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is hierin key voor bedrijven. Het Langhuis heeft op dit moment tien ondernemers aan zich verbonden door middel van een Businessclub. Zij geven allen een bijdrage aan Het Langhuis. Verwacht wordt dat dit oploopt in de loop van jaren. Ook zal Het Langhuis meerdere businessclub leden pakketten maken, aangepast op de vraag van de ondernemers. Voorbeelden zijn lidmaatschappen met korting op verhuur van de locatie, kunstuitleen, of acties zoals 'Adopteer een expositie'.

Aantal

1^e jaar: 10

2^e jaar: 20

3^e jaar: 30

Gemiddelde bijdrage is 500 euro per lid

Baten

1^e jaar: €2500

2^e jaar: €5000

3^e jaar: €7500

Bezoekers

Er zijn vanuit de doelgroepsanalyse (zie bijlage 4) de aantallen bezoekers bepaald. Naar verwachting zijn er 1.750 unieke bezoekers in het eerste jaar indien Het Langhuis bekend is bij de doelgroep. Gegeven het feit dat op dit moment Het Langhuis nog niet bekend is bij iedereen wordt ervan uitgegaan dat het derde jaar dit aantal bezoekers wordt bereikt. Het eerste jaar wordt een aanname van 1/4 hiervan aangenomen. Hier wordt ervan uitgegaan dat elke bezoeker gemiddeld drie keer per

jaar Het Langhuis bezoekt. De bezoekers worden gevraagd om een vrije gift te geven. Gebaseerd op het verleden van de exposities van Het Langhuis is dit gemiddeld 2 euro per bezoeker. Dit zijn echter de bezoekers specifiek voor Het Langhuis. Naast de locatie van het Langhuis worden meerdere locaties gebruikt. In de afgelopen jaren zijn op andere locaties geëxposeerd, zoals de Grote Kerk (9500 bezoekers) en het bevrijdingsfestival Overijssel (> 10.000 bezoekers). Deze worden niet meegenomen in de baten berekening.

Aantal

1^e jaar: 440

2^e jaar: 1095

3^e jaar: 1750

Gemiddelde bezoeken aan Het Langhuis: 3 keer per jaar

Gemiddelde bijdrage: €2 per bezoek

Baten

1^e jaar: € 874

2^e jaar: €2190

3^e jaar: €10.482

Fondsen

Activiteiten gebaseerd op projecten en programma's worden gefinancierd door fondsen. Er zijn verschillende fondsen die van toepassing zijn voor het projecten en programma's van Het Langhuis zoals:

- Mondriaanfonds
- Cultuurparticipatie.nl
- Stadskamer
- Andere kleinere fondsen zoals Lirafonds, Zwolle fonds etc.

De toelichting op de activiteiten gebaseerd op projecten en programma's zijn gegeven in hoofdstuk 3.2.9. Hierin worden de kosten en de baten gegeven per activiteit.

Niet financiële opbrengsten

Het Langhuis speelt ook in op maatschappelijke opbrengsten die moeilijk te vertalen zijn naar euro's. De maatschappelijke opbrengsten zijn:

- Het verbeteren en innoveren van de uitstraling van de stad Zwolle en de regio Zwolle.
- Innovatiekracht van ondernemers versterken door middel van inspiratie.
- Verbeteren van de positie van kunstenaars in experimentele kunst.
- Creativiteit bevorderen van de inwoners van de stad.

3.2.9 Kostenstructuur

De kostenstructuur is gebaseerd op twee kostenposten, namelijk de variabele kosten en de kosten gebaseerd op projecten. De financiële gevolgen van een renovatie niet zijn meegenomen in de cijfers aangezien dit een apart traject is en de funding hiervoor nog onzeker is.

De variabele kosten en de kosten gebaseerd op projecten zijn hieronder toegelicht.

Vaste kosten

De vaste kosten zijn gebaseerd op het jaarverslag van 2017. De vaste lasten zullen in de komende jaren relatief gelijk blijven. Deze bestaan uit:

- Algemene kosten
Verzekering, telefoon, bank en overig €4.830

- Huisvestingskosten
Deze bestaan voor een groot deel uit gas, water en elektra (€2863). Indien het gebouw wordt gerenoveerd, zullen deze kosten aanzienlijk verlagen. De huur is relatief laag (€748) en wordt aangevuld door de Gemeente Zwolle. Er is aangenomen dat deze aanvulling geborgd blijft door de gemeente Zwolle €4.472
- Bestuurskosten €817
- 1 FTE verdeeld over 2 betaalde krachten, €3000 per maand €36.000
- PR en marketing.
Deze kostenpost is aanzienlijk, vergeleken met de situatie op dit moment. De reden daarvoor is dat Het Langhuis meer bekendheid moet krijgen en daarom relatief meer PR en marketing wordt ingezet. Ook voor het verkrijgen van donateurs en aangesloten bedrijven.
- Voorzieningen voor vrijwilligers €3.000
Vrijwilligers zijn belangrijk voor het optimaal runnen van Het Langhuis. Het is daarom dat gemiddeld per vrijwilliger 150 euro wordt voorzien in geschenken, aangeboden cursussen en faciliteiten, zie ook bijlage 5: Het personeelsbeleid. €5.250
- Onvoorzien €1.000

Variabele kosten

De variabele kosten zijn ingedeeld per activiteiten- of projectgroep. De frequentie van nieuwe activiteiten/projecten zijn in eerste jaar relatief laag gehouden, omdat Het Langhuis zich hier nog een weg in moet vinden. Omdat Het Langhuis in de eerste jaren de naamsbekendheid en de kwaliteit van de diensten verhoogd, wordt hier van uitgegaan dat in het derde jaar de frequentie en de baten op lopen tot het niveau van break even.

De kosten, baten en frequenties van de activiteiten zijn gebaseerd op de gegevens die voor handen waren. De voorzitter van het bestuur heeft schattingen gemaakt en de resultatenrekening van 2017 is hierin meegenomen.

Activiteiten

Uitlenen en verkoop van kunststukken:

Kunststukken

Omdat dit een nieuwe activiteit is van Het Langhuis, zal het eerste jaar geëxperimenteerd worden met een goede benadering van deze activiteit. Het eerste jaar zijn de baten daarom minimaal. Als er wordt uitgegaan van een gemiddelde prijs van een kunstwerk van 2000 euro, zijn de volgende aannames gemaakt. Indien dit klein wordt opgepakt kan dit een toegevoegde waarde zijn. Indien dit in de loop van de tijd succesvol is, zullen er aanvullende faciliteiten nodig zijn zoals een databank met kunstwerken (online gallery), een pool van kunstenaars en hun werk (geprijsd) en een eigen bus voor inrichting op locatie.

Planning/frequentie:

1^e jaar:

Verkoop 1 kunststuk

Verhuur 1 kunststuk

3e jaar:

Verkoop 5 kunststukken

Verhuur 5 kunststukken

Kosten:

Lobby voor verkoop en verhuur van kunststukken door de vaste kracht. Effectief geen kosten.

Baten:

Inkomsten: 20% van de door de kunstenaar ontvangen prijs.

1^e jaar

Verhuur: €100,- per jaar

Verkoop: €200,- per jaar.

2^e jaar

Verhuur: €100,- per jaar

Verkoop: €200,- per jaar.

3^e jaar

Verhuur: €500,- per jaar

Verkoop: €1000,- per jaar.

Workshops

Het houden van workshops door kunstenaars voor diverse doelgroepen is nieuw voor Het Langhuis. Daarom zijn de cijfers behoudend voor het eerste jaar.

Planning/frequentie:

1^e jaar: 2 workshops

2^e jaar: 3 workshops

3^e jaar: 4 workshops

Capaciteit deelnemers:

8 deelnemers per workshop

Kosten:

Inhuren van de kunstenaar en of vrijwilligers: gemiddeld 100 euro per workshop

Baten:

Gemiddeld €50,- per deelnemer.

Advies op maat voor bedrijven/instanties

Dit is nog zodanig in de beginfase dat hier nog geen aannames voor gemaakt kunnen worden.

Getracht wordt om Het Langhuis hier te laten bemiddelen voor een succespercentage van 30%. De kunstenaar houdt het resterende percentage van de inkomsten.

Verhuur locatie

Het Langhuis is in het verleden al verhuurd als locatie voor diverse doeleinden. De prijs was in het verleden 50 euro per dagdeel. Deze prijs wordt verhoogd door de renovatie. Daarbij wordt specifiek bedoeld op bedrijven en instellingen, zodat een hogere prijs wordt gevraagd.

Planning/frequentie:

1^e jaar: 5 dagen

2^e jaar: 7,5 dagen

3^e jaar: 10 dagen

Kosten:

0

Baten:

€100,- per dagdeel

Projecten

Exposities:

Planning/frequentie:

Gebaseerd op de planning en begroting van 2018 is er één grote expositie gepland en vier kleine exposities in het eerste jaar, oplopend naar drie grote exposities en vijf kleine exposities gehouden.

Kosten

Grote expositie 5000,-

Kleine exposities 1000,-

Baten

Fondsen

De exposities worden op projectbasis gefinancierd. Hierbij wordt per grote expositie 500 euro voor de overhead betaald, voor kleine exposities 200 euro.

Coaching trajecten/talent programma's:

Coachingstrajecten en talentenprogramma's zijn op kleine schaal uitgevoerd in het verleden. Hier worden het eerste jaar voorbereidingen op uitgevoerd. Het derde jaar wordt een standaard talentprogramma uitgevoerd. De baten worden vooral bepaald door de fondsen.

Planning/frequentie:

1^e jaar: 0 keer per jaar

2^e jaar: 1 keer per jaar

3^e jaar: 1 keer per jaar

Capaciteit deelnemers:

5-10 Deelnemers

Kosten:

10.000 euro totaal per jaar

Baten:

- Fondsen
- €200/deelnemer

Educatieve pakketten op maat voor scholen:

Educatieve pakketten in de vorm van workshops hebben de laatste jaren plaatsgevonden in Het Langhuis en op andere locaties in samenwerking met de Stadskamer. Het uitwerken van een goed programma aansluitend bij de vraag van de scholen zal in het derde jaar uitgekristalliseerd zijn.

Planning/frequentie:

1^e jaar: 10 klassen

2^e jaar: 25 klassen

3^e jaar: 40 klassen

Capaciteit deelnemers:

25 leerlingen per klas.

Kosten:

Inhuren begeleider/kunstenaar per sessie: €75

Baten:

De baten worden in samenwerking van de Stadskamer betaald. Vanuit het verleden is de prijs bepaald op €5 per leerling.

4. Financiële prognose

De financiële prognose bestaat uit kosten en baten overzicht van de eerste jaren. De toelichting en de argumentatie van de gegeven kosten en baten zijn gegeven in 3.28 Inkomsten stromen en 3.2.9 Kostenstructuur.

Vanuit de cijfers is duidelijk dat er een startsubsidie in de eerste drie jaar vereist is variërend van 46.388 in het eerste jaar naar 21.668 in het derde jaar.

Staat van baten en lasten langhuis Prognose 2019 - 2021

Baten	2019	2020	2021
<u>Projecten met externe funding</u>			
Exposities groot	€ 5.500	€ 11.000	€ 16.500
Exposities klein	€ 4.800	€ 5.400	€ 6.000
Bezoekers exposities	€ 880	€ 2.190	€ 3.500
Talentprogramma's	€ -	€ 6.000	€ 12.000
Educatieve pakketten	€ 1.250	€ 3.125	€ 5.000
	€ 12.430	€ 27.715	€ 43.000
<u>Projecten zonder externe funding</u>			
Workshops/cursussen	€ 800	€ 1.200	€ 1.600
Overige opbrengsten*	€ 200	€ 1.600	€ 3.000
	€ 1.000	€ 2.800	€ 4.600
<u>Overige baten</u>			
Business clubs	€ 5.000	€ 10.000	€ 15.000
Donateurs	€ 2.500	€ 5.000	€ 7.500
Opstart subsidie	€ 46.388	€ 34.028	€ 21.668
	€ 53.888	€ 49.028	€ 44.168
Som der baten	€ 67.318	€ 79.543	€ 91.768
Lasten			
<u>Lasten gerelateerd aan projecten</u>			
Exposities groot	€ 5.000	€ 10.000	€ 15.000
Exposities klein	€ 4.000	€ 4.500	€ 5.000
Talentprogramma's	€ -	€ 5.000	€ 10.000
Educatieve pakketten	€ 750	€ 1.875	€ 3.000
Workshops/cursussen	€ 200	€ 300	€ 400
	€ 9.950	€ 21.675	€ 33.400
<u>Vaste lasten</u>			
Salarissen en sociale lasten	€ 36.000	€ 36.000	€ 36.000
Vrijwilligersvergoedingen	€ 5.250	€ 5.250	€ 5.250
Bestuurskosten	€ 817	€ 817	€ 817
Huisvestingskosten	€ 4.472	€ 4.472	€ 4.472
Marketing	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Algemene lasten	€ 4.829	€ 4.829	€ 4.829
Onvoorzien	€ 1.000	€ 1.500	€ 2.000
	€ 57.368	€ 57.868	€ 58.368
Som der lasten	€ 67.318	€ 79.543	€ 91.768
Resultaat	€ -	€ -	€ -

* Overige opbrengsten uit projecten zonder funding bestaan uit uitleen/verkoop van kunst en verhuur ruimten.

Bijlagen

Bijlage 1 Stakeholdersanalyse

Het Langhuis

Stakeholdersanalyse Het Langhuis



Studenten Hogeschool Windesheim:
Leon Renwarin
Lennart Nijenhuis
Manon Tjeerdsma

Student NHL Stenden:
Christaan Smits

Inleiding

Het Langhuis. Een expositieruimte in Zwolle waar experimentele kunst een podium krijgt. Althans, dit was wat Het Langhuis altijd deed, voordat het om financiële redenen in de problemen raakte. Op dit moment (november 2018) staat Het Langhuis leeg. (Langhuis, 2017)

In samenwerking met De Nieuwe Hanze Unie (DNHU) is het bestuur op zoek naar een toekomstscenario voor Het Langhuis, zodat het kan blijven bestaan. Studenten van Hogeschool Windesheim van de opleiding Communicatie en een student van Hogeschool NHL Stenden van de opleiding Commerciële Economie zijn door DNHU benaderd om samen tot een passend toekomstscenario te komen.

Gedurende het semester (september 2018 – januari 2019) werken de studenten samen met DNHU om een passend toekomstscenario uit te werken. Om een toekomstscenario te maken, worden er interviews gehouden met belangrijke stakeholders van Het Langhuis. Deze stakeholders worden later besproken in dit document en geanalyseerd. Op basis van de interviews en de analyse worden er toekomstscenario's opgesteld. Het meest passende toekomstscenario wordt uitgewerkt in het businessplan. Afsluitend wordt er een stappenplan gemaakt die Het Langhuis gaat ondersteunen bij het opbouwen van een nieuwe toekomst.

Stakeholdersanalyse

Er is een lijst van belangrijke stakeholders van Het Langhuis opgesteld aan de hand van de mening van het bestuur van Het Langhuis en de studenten van Windesheim en Stenden. Deze is te vinden in bijlage 1. Deze stakeholders zijn geïnterviewd op onderwerpen zoals het speelveld van spelers van Het Langhuis. Hieronder zijn de uitkomsten samengevat te lezen in de volgorde van het eerste interview tot het laatste interview. Per interview hebben de studenten bepaald waar deze stakeholder staat in de stakeholdermatrix, welke te zien is in de Stakeholdersmatrix.

Gemeente Zwolle

De gemeente Zwolle is een belangrijke speler met betrekking tot de culturele voorzieningen in de stad, dit komt omdat de gemeente ook de culturele subsidies verstrekt. Om deze reden is de gemeente ook een belanghebbende van Het Langhuis. Er is gesproken met de gemeente Zwolle over de culturele ontwikkeling in Zwolle. Voor de stakeholderanalyse is de gemeente geïnterviewd over haar visie op Het Langhuis en de culturele ontwikkelingen binnen Zwolle.

Interview

Uit het interview komen er een aantal zaken naar voren die zeer interessant zijn voor Het Langhuis:

- De gemeente Zwolle heeft een budget van 18 miljoen euro per jaar voor cultuur, waarvan het meeste naar de Fundatie en de Stadskamer gaat.
- Er is voor Het Langhuis in de toekomst geen structurele subsidie mogelijk, dit komt omdat de gemeente Zwolle niet de mogelijkheden heeft om structurele subsidies te verstrekken aan Het Langhuis. Wel is het in de toekomst mogelijk om subsidies aan te vragen per activiteit
- De gemeente heeft daarentegen wel een minimale tegemoetkoming gerealiseerd voor Het Langhuis

Uit de antwoorden van de gemeente blijkt ook dat Het Langhuis niet persé op dezelfde plek hoeft te zitten.

Het Langhuis in de toekomst

Na gesproken te hebben met de gemeente wordt er zeker gedacht over de toekomst in Het Langhuis, al dan niet via samenwerkingen met andere kleinere kunstinstellingen in Zwolle.

- De gemeente is van mening dat meer kunstinstanties de weg moeten vinden naar de verschillende fondsen die de overheid beschikbaar heeft gesteld voor subsidie. Met name het Mondriaanfonds werd nadrukkelijk genoemd. De gemeente zei dat als men met een goed plan aankomt bij dit fonds, zij zeker niet onwelwillend tegenover subsidie staan.
- De gemeente gaf ook aan dat als deze instanties willen overleven, samenwerking fundamenteel is. Hierbij is ook van belang dan men het bedrijfsleven gaat betrekken om zo op deze manier ook andere inkomsten te werven.

Conclusie

De conclusie die uit dit gesprek getrokken kan worden, is dat de gemeente zeker niet onwelwillend tegenover een continuatie van Het Langhuis zou zijn. Het is dan wel zo dat Het Langhuis actief nieuwe fondsen moet gaan werven in verband met de discontinuatie van structurele subsidie. Om in de toekomst ook nog te blijven bestaan is volgens de gemeente samenwerking fundamenteel.

Politieke partijen

Na het advies van de beleidsadviseur, is er contact opgenomen met de verschillende politieke partijen in Zwolle om zo te peilen wat de algemene mening is over Het Langhuis. De politieke partijen die benaderd zijn voor het onderzoek, zijn de politieke partijen die op dit moment in de gemeenteraad van Zwolle zitten. Dit zijn de volgende partijen: ChristenUnie, Groenlinks, Swollwacht, VVD, CDA, D66, PvdA en SP.

Er hebben twee politieke partijen gereageerd op de vraag hoe zij tegen het Langhuis aankijken. D66 ziet Het Langhuis als een goede plek voor kleinere exposities van jonge kunstenaars. Echter denkt ze niet dat het zonder subsidie mogelijk is Het Langhuis draaiende te houden.

Ook GroenLinks ziet het Langhuis als een belangrijke speler in de kunstsector van Zwolle. Volgens GroenLinks is er te weinig ruimte voor hedendaagse experimentele kunst. GroenLinks ziet het Langhuis als een partij die reeds heeft bewezen het goed te doen op dit gebied. Daarom zou GroenLinks het erg jammer vinden wanneer het Langhuis zou verdwijnen.

Kunstenlab Deventer

Het Kunstenlab in Deventer kan als inspiratiebron voor Het Langhuis worden aangemerkt. COMNOW sprak het Kunstenlab om meer te weten te komen over de manier waarop het Kunstenlab te werk gaat.

Het verdienmodel achter het Kunstenlab bestaat vooral uit het samenwerken met het bedrijfsleven en overheidsinstanties. Dit zijn dan met name projecten die kunstenaars in samenwerking met het bedrijfsleven uitvoeren. Verder blijft het Kunstenlab bestaan door giften, gemeentelijke subsidies die verdient worden door de samenwerkingen, en door donaties van een vaste groep belanghebbenden genaamd 'Vrienden van het Kunstenlab'.

Verder houdt het Kunstenlab zo'n 24 exposities per jaar, waarvan er drie tegelijk tentoongesteld kunnen worden. Deze exposities duren dan zo'n 6 á 7 weken. Het Kunstenlab tracht de drie tentoonstellingen gelijktijdig te openen, wat een grote opkomst ten gevolge heeft. Het doel van het Kunstenlab is om hedendaagse kunstenaars een podium te geven. Naast de verschillende exposities zijn er bij het Kunstenlab verschillende betaalde parttimers aan het werk. Zo heeft het Kunstenlab een vaste basis waar op teruggevallen kan worden en is de doorloop minder groot.

ArtEZ

ArtEZ is een belangrijke stakeholder voor het Langhuis omdat deze jonge kunstenaars aanbieden die vervolgens in Het Langhuis kunnen exposeren. COMNOW sprak met ArtEZ in Zwolle, hogeschool voor de kunsten.

Wilhelm Weitkamp gaf aan dat ArtEZ in het verleden niet heeft samengewerkt met het Langhuis. Hij ziet het Langhuis meer als expositieruimte. Iets waar hij in het verleden ook af en toe gebruik van heeft gemaakt om studenten van ArtEZ een podium te geven om de kunst die zij hebben gemaakt te laten zien. Vaak waren dit twee tot vier studenten per jaar, doordat Het Langhuis niet genoeg expositieruimte heeft om alle afstudeerders een podium te geven. ArtEZ heeft in het verleden het Langhuis gebruikt om vanuit daar schoolprojecten uit te voeren. Dit is de laatste jaren echter verminderd, omdat ArtEZ ook gebruik maakt van de expositieruimte in de Grote Kerk in Zwolle. Deze locatie heeft voor ArtEZ de voordelen dat het meer ruimte biedt voor exposanten en op een beter zichtbare plek bevindt, wat de bezoekersaantallen zeker ten goede komt.

ArteEZ ziet niet direct een grote toekomst voor het Langhuis in de huidige vorm. Hij gaf aan dat het wanneer het economisch goed gaat met een stad, de behoefte vanuit een gemeente om te investeren in (experimentele) kunst veel lager is. Dit omdat cultuur invloed heeft op de economie van een stad. Er werd tijdens het gesprek verwezen naar het boek *The rise of the creative class* van Richard Florida. Het boek gaat over het verband van economie in een stad en de cultuur. Wanneer het economisch gezien minder goed gaat met een stad, wordt er meer geïnvesteerd in cultuur. Omdat het economisch goed gaat met de stad Zwolle is er minder behoefte vanuit de gemeente om te investeren in cultuur. De gemeente van Zwolle investeert namelijk in twee cultuurprojecten in de stad Zwolle. De Stadkamer, een prijswinnende bibliotheek en museum de Fundatie. De subsidie die mogelijk is in de stad Zwolle wordt dus al weggegeven.

Volgens ArteEZ moet vooral het Langhuis zelf veranderen, wil het een toekomst hebben in de gemeente Zwolle. Het Langhuis moet een andere invulling krijgen wil het in de toekomst nog rendabel blijven volgens ArteEZ. Welke invulling Het Langhuis moet krijgen volgens het ArteEZ is niet naar voren gekomen tijdens het gesprek.

Oud-vrijwilliger commissie Communicatie & PR van Het Langhuis

COMNOW heeft gesproken met een oud-vrijwilliger van de commissie Communicatie & PR van Het Langhuis. Deze oud-vrijwilliger heeft vanaf januari 2016 tot mei 2018 het grafische deel van de communicatie van het Langhuis voor haar rekening genomen. Ze fotografeerde onder andere de exposities in het Langhuis.

Ze besloot te stoppen nadat het haar te druk werd. Verder kon ze hetzelfde werk betaald voortzetten bij een andere instantie.

De oud-vrijwilliger gaf tijdens het gesprek wat tips om Het Langhuis in de toekomst bekender te maken in de stad Zwolle. Naar haar idee heeft het Langhuis te weinig structuur in de exposities. Door meer structuur aan te brengen in de exposities en de exposities een concept te geven, maakt Het Langhuis zich bekender onder een doelgroep. Maar om zich te richten op een doelgroep, is het voor Het Langhuis verstandig om zich te richten op een doelgroep. Een mogelijke oplossing hiervoor kan zijn dat het Langhuis een curator in dienst neemt die exposities zoekt. Ook gaf de oud-vrijwilliger aan dat de doorloop van vrijwilligers enorm was. Door een paar betaalde, vaste krachten in dienst te nemen, is de kans op doorloop te verminderen.

Verder is zij van mening dat de kunstcentra in Zwolle te veel op zichzelf zijn. De centra hebben geen zicht op wat de andere centra doen. Volgens haar komt dit de kunst in Zwolle niet ten goede. Haar visie is om een gezamenlijk 'front' te vormen met andere kleine kunstcentra uit de gemeente Zwolle. Volgens de oud-vrijwilliger kan het Langhuis niet overleven als het roer niet omgegooid wordt. Zij gaf aan dat het Langhuis een ander concept moet bedenken. Naar haar idee kan het Langhuis goed dienen als ontmoetingsplek voor jongeren. Ze gaf hiervoor suggesties als een horecavoorziening erbij maken of een extra pand te betrekken waarin meer ruimte is voor de exposities. Een partner waaraan gedacht kan worden op het gebied van de horeca zijn lokale ondernemingen in de stad Zwolle. Of hier interesse in is bij de ondernemingen in Zwolle is niet bekend, hier is nog niet naar geïnformeerd.

Overige externe partijen

Naast bovengenoemde partijen is er ook mailcontact geweest met verschillende externe partijen die mogelijk een rol spelen bij Het Langhuis. Partijen die benaderd zijn, zijn Hedon, Cibap, Spiegel, Odeon, museum De Fundatie, MarketingOost, 19 Het Atelier en het Fraterhuis. Hieronder volgt een korte samenvatting over de gegeven antwoorden, als die gegeven zijn.

Hedon

Met Hedon is overlegd naar aanleiding van het concept businessplan. Hedon gaf vooral aan dat samenwerking met een diversiteit aan partners erg belangrijk is. Ook de politieke lobby is hierbij van belang. De plek Het Langhuis is van minder belang voor een platform voor experimentele kunst volgens Hedon.

Cibap

Cibap gaf aan dat samenwerking met diverse partijen en het laten zien van de wil tot samenwerking belangrijk is voor Het Langhuis. Ook het aansluiten bij de verdere uitwerking van het plan voor de stedelijke cultuurregio Zwolle is hierbij belangrijk. Cibap gaf aan dat de plek Het Langhuis op een niet strategische locatie ligt waardoor de toegevoegde waarde van het gebouw minimaal is. Mogelijkheden voor exposities zijn er vooral voor interactieve kunst gericht op de jeugd, wat nog niet geheel is ontwikkeld in Zwolle.

Spiegel en Odeon

Van Spiegel en Odeon hebben de studenten helaas geen reactie mogen ontvangen op de vraag welke mogelijkheden er zijn in een eventuele samenwerking met Het Langhuis.

Museum de Fundatie

Museum de Fundatie liet weten in een mail dat er in het verleden al een goede samenwerking was tussen Het Langhuis en De Fundatie. Uit de mail bleek dat er welwillend tegenover een samenwerking wordt gestaan. Hier liggen dus kansen voor Het Langhuis.

MarketingOost

Uit een telefonisch gesprek met MarketingOost kwam naar voren dat Zwolle nog niet echt wordt gezien als een hippe, experimentele stad. Zwolle streeft ernaar om hier in 2030 verandering in gebracht te hebben. Dit betekent een kans voor Het Langhuis om te blijven bestaan als een experimentele kunstruimte.

Het Fraterhuis

Uit het mailcontact met Het Fraterhuis werd er duidelijk dat er in het verleden nauwelijks sprake was van een samenwerking. Op de vraag of Het Fraterhuis een samenwerking ziet in de toekomst kregen de studenten het antwoord dat Het Fraterhuis hier geen idee over heeft. Hier wordt ook geen mening over gevormd in de mail.

Stakeholdersmatrix

Voor de stakeholdersanalyse is een stakeholdersmatrix ingevuld. Deze is te zien in onderstaande afbeelding. De stakeholdermatrix kent vier vlakken, elk met een eigen benaming. Aan de hand van de stakeholdermatrix is het mogelijk om in een oogopslag te zien welke stakeholders een lage of hoge invloed hebben. Hieronder worden de verschillende stakeholders toegelicht.

Gemeente Zwolle

De gemeente Zwolle heeft veel invloed op het voortbestaan van Het Langhuis in Zwolle. De gemeente kan dienen als een geldbron voor Het Langhuis, mits Het Langhuis op activiteitenbasis subsidies aan gaat vragen. Naast het hebben van veel invloed, heeft de gemeente ook een hoog belang bij het behouden van Het Langhuis als expositieruimte. Uit het regioprofiel Experiment&Ernst is gebleken dat er een tekort is aan expositieruimte in de stad Zwolle. Het Langhuis kan dus fungeren als een expositieruimte voor de experimentele kunst in Zwolle. De gemeente Zwolle heeft dus een hoge invloed op Het Langhuis, maar heeft er ook een hoog belang bij dat Het Langhuis blijft bestaan.

Kleine kunstinstanties Zwolle

XYZ Area, Stichting Alleman, DOAZ en Goudsteeg21 zijn de kleinere kunstinstanties in Zwolle die gegroepeerd zijn voor het maken van de stakeholdersmatrix. Voor Het Langhuis liggen er kansen om met de kleine kunstinstanties samen te werken. Vandaar dat er besloten is om kleine kunstinstanties te plaatsen bij hoog belang. Door samen te werken met de kleine kunstinstanties kan er een gezamenlijk 'front' worden gevormd en kunnen er gezamenlijke projecten worden opgezet. Dit vergroot de saamhorigheid in de stad. Wel hebben de kleine kunstinstanties weinig invloed op het bestaan van Het Langhuis. Mocht er geen gezamenlijk front gevormd worden, is het nog steeds mogelijk voor Het Langhuis om te blijven bestaan.

Grote kunstinstanties Zwolle

Hedon, Odeon en het Fraterhuis zijn de grotere kunstinstanties in Zwolle die gegroepeerd zijn voor het maken van de stakeholdersmatrix. De grote kunstinstanties in Zwolle hebben geen belang bij het voortbestaan van Het Langhuis. Zij hebben Het Langhuis niet nodig om zelf de activiteiten uit te voeren die zij al gepland hebben staan. Door de bekendheid van deze kunstinstanties is dat ook niet nodig. Wel hebben ze er een grote invloed op, want zij kunnen wel helpen bij de naamsbekendheid vergroten van Het Langhuis.

Kunstenlab Deventer

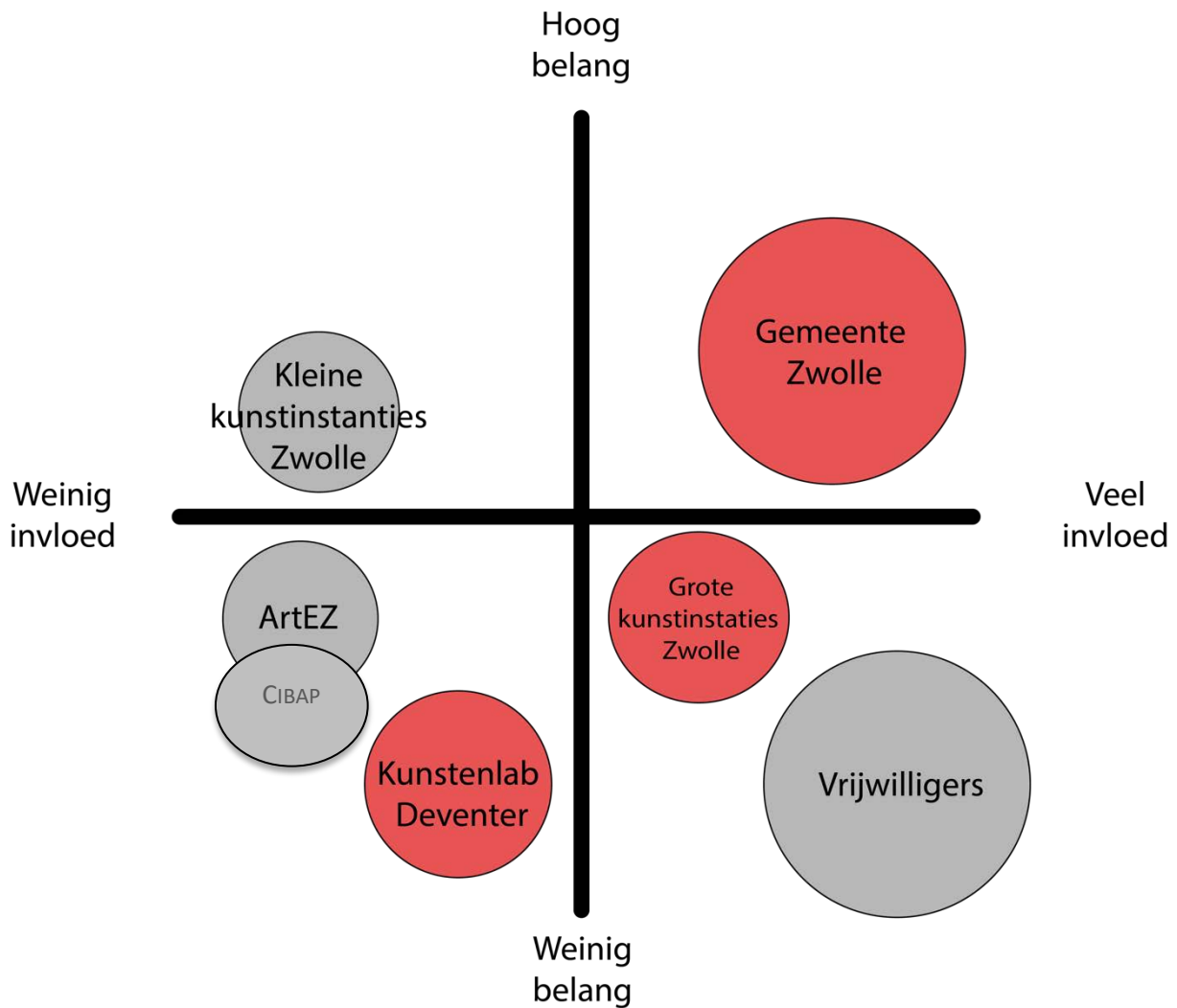
COMNOW heeft het Kunstenlab in Deventer benaderd omdat zij in dezelfde branche zitten als waar Het Langhuis in zit, de experimentele kunst. Uit het gesprek met het Kunstenlab bleek dat Het Langhuis en het Kunstenlab toch nog vrij veel van elkaar verschillen, maar dat de programmering wel overeenkomsten kent. Het Kunstenlab is niet van belang bij het voortbestaan van Het Langhuis. Wel zouden ze kunnen sparren over hoe ze het programmering voor kunnen geven. Ook heeft het Kunstenlab geen invloed op het bestaan van Het Langhuis, want voorheen hebben zij ook niet samengewerkt.

Vrijwilligers

De vrijwilligers van Het Langhuis hebben een grote invloed op het voortbestaan van de experimentele kunstruimte. Zonder vrijwilligers wordt het lastig om Het Langhuis draaiende te houden. Maar de vrijwilligers hebben zelf niet veel belang bij het behouden van Het Langhuis, aangezien zij vrijwilliger zijn. Zij krijgen niet betaald voor de geleverde diensten en doen dit omdat zij een binding voelen met een bepaald onderwerp. Wanneer de vrijwilliger affiniteit heeft met kunst, zijn er genoeg andere kunstinstellingen in Zwolle waar zij de vrijwillige functie verder kunnen vervullen.

ArtEZ

Het ArtEZ heeft weinig invloed op en weinig belang bij het behouden van Het Langhuis. ArtEZ ziet Het Langhuis niet als een belangrijke speler om een samenwerking aan te gaan. Als expositieruimte is het te klein voor alle exposanten die afstuderen. Het ArtEZ heeft daar ook een andere samenwerkingspartner voor, dus vanuit ArtEZ is het belang om samen te werken met Het Langhuis niet groot. ArtEZ heeft ook geen invloed op het voortbestaan van Het Langhuis, want zonder ArtEZ kan Het Langhuis nog steeds haar ding doen.



Conclusie

Het Langhuis kan gebruik maken van de verschillende stakeholders om te verzekeren dat zij kunnen voortbestaan. Elke stakeholder heeft zijn eigen kwaliteit om Het Langhuis te helpen voortbestaan. Hoe Het Langhuis hier gebruik van maakt is een keuze van Het Langhuis zelf. Het is een proces die Het Langhuis zelf kan opstarten, waarbij het onderscheidende vermogen van Het Langhuis, namelijk hét platform voor experimentele kunst, als richtlijn dient. Aangeraden wordt om Het is een kwestie van in gesprek met elkaar gaan en kijken wat de instanties voor elkaar kunnen betekenen.

De gemeente Zwolle kan financiële steun bieden voor het Langhuis, maar de gemeente heeft er zeker een groot belang bij dat Het Langhuis blijft bestaan wegens het tekort aan expositieruimtes. Ook omdat Zwolle in 2030 de vierde grootste economie van Nederland wil worden is het aan te raden om experimentele kunst in Zwolle te behouden. De gemeente blijft dus een belangrijke stakeholder voor Het Langhuis.

Naast de gemeente zijn de vrijwilligers een belangrijke speler voor Het Langhuis. Zonder de vrijwilligers kan Het Langhuis niet voort blijven bestaan, want de vrijwilligers zijn het dragende hart van Het Langhuis. Het Langhuis heeft er dus baat bij als zij een goede relatie ontwikkelen met de vrijwilligers, zodat de vrijwilligers commitment blijven tonen.

Bijlage 1: Lijst met stakeholders

Belanghebbende	Stakeholder	Functie belanghebbende	Primair/secundair stakeholder	Mate van invloed	Mate van belang	Categorie
Kunstenaars	Intern	Leveranciers	Primair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Crediteuren	Intern	Leveranciers	Primair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Vrijwilligers	Intern	Medewerkers	Primair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Bestuur	Intern	Medewerkers	Primair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Huurders	Intern	Samenwerkingsverband	Primair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Stadkamer Zwolle	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Museum de Fundatie	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Celecentrum	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Stedelijk Museum Zwolle	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Stichting Ateliers Zwolle	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Bezoekers	Extern	Klanten	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Scholen	Extern	Klanten	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Buurt	Extern	Omgeving	Secundair stakeholder	Hoog	Matig	Beïnvloeder
Verzekeraars	Extern	Omgeving	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Media	Extern	Omgeving	Secundair stakeholder	Laag	Matig	Toeschouwer
Gemeente Zwolle	Interface	Overheid	Secundair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Provincie Overijssel	Interface	Overheid	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	Interface	Overheid	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
ArTEZ Hogeschool voor de kunsten	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Cibap – Vakschool voor verbeelding	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Deltion College	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Windesheim Zwolle	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende
Fraterhuis	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Creatieve Coöperatie	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
XYZ Area	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Kunstenlab Deventer	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Stroom Den Haag	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Witte de Witt Rotterdam	Extern	Concurrent	Secundair stakeholder	Laag	Laag	Toeschouwer
Architectuur Biënnale	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Laag	Toeschouwer
Stichting Goudsteeg 21 Zwolle	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Hoog	Hoog	Belangrijke speler
Anningahof	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Tosca van den Braak	Extern		Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Mieke Konijnisen	Extern		Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
Stichting Allemaal Zwolle	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Matig	Toeschouwer
De Grote Kerk academiehuis	Extern	Samenwerkingsverband	Secundair stakeholder	Matig	Hoog	Belanghebbende

Bijlage 3 SWOT Analyse

Bijlage 3: SWOT-Analyse

Strengths:

- Het Langhuis is de enige plek in Zwolle die een podium biedt aan hedendaagse experimentele kunst in Zwolle. Dit zorgt ervoor dat Het Langhuis in principe een groot marktaandeel heeft op het binnenhalen van experimentele kunstenaars uit de regio.
- Betrokkenen bij het Langhuis hebben een groot netwerk, zowel in de kunst- als in de zakenwereld.

Weaknesses:

- Locatie, de locatie van het Langhuis is niet ideaal. Verscholen in een kleine steeg zullen er niet veel passanten toevallig langs komen. Dit is echter op te lossen wanneer de naamsbekendheid groter wordt.
- Naamsbekendheid; Het Langhuis geniet weinig naamsbekendheid. Hoewel het al tientallen jaren actief is, is het niet erg bekend onder de Zwollenaren. Wanneer een goede marketingcampagne opgezet kan worden en zodoende de naamsbekendheid vergroot kan worden, zou dit veel bezoek kunnen opleveren.

Opportunities:

- Coaching beginnende kunstenaars – Door beginnende kunstenaars coaching te bieden irt experimentele kunst kan het Langhuis een springplank worden voor talent uit de regio.
- Samenwerking met partijen/musea symposia multidisciplinair - Door samen te werken met diverse andere podia en musea uit de regio Zwolle kan het Langhuis events organiseren die niet in het Langhuis worden gehouden.
- Relatieborrels/pakketten voor sponsors – Door bedrijven of particulieren de mogelijkheid te bieden om het Langhuis af te huren voor feesten, partijen of workshops, biedt het Langhuis maatschappelijke waarde voor de regio Zwolle.
- Door een nauwe relatie op te bouwen met kunstenaars en instellingen in de regio Zwolle kan er een gezamenlijk 'front' voor experimentele kunst worden opgezet.

Threats:

- Kosten, voor de benodigde investeringen om het Langhuis weer op de rit krijgen is geld nodig. Dit geld kan worden verkregen door onder andere aan fondsenwerving te gaan doen.
- De expliciete vraag van de doelgroep naar experimentele kunst is moeilijk te definiëren.

Bijlage 4 Doelgroep analyse

Het Langhuis



Doelgroep analyse Het Langhuis

Angela ter Harmsel, Debbie van Kessel, Derk Bakker & Jim Hultink
Clever Solutions
+316 133 23 233
csmarketingcommunicatie@gmail.com
Facebook: csmarketingcommunicatie
LinkedIn: Clever Solutions
www.csmarketingcommunicatie.wordpress.com

Samenvatting

In dit rapport wordt het onderzoek en de conclusie met betrekking tot de doelgroep beschreven. Er wordt ingegaan op de gegevens van de gemeente Zwolle, de culturele instellingen en de persona's. Tot slot is er een marktpotentieel berekend.

Het onderzoek is uitgevoerd door Clever Solutions, een marketingcommunicatiebedrijf, opgericht vanuit de opleiding Commerciële Economie van het Windesheim te Zwolle.

De belangrijkste doelgroepen waar Het Langhuis zich op moet richten zijn beginnende (jonge) enthousiaste kunstenaars en culturele studenten voor de business to consumer markt. Voor de business to business markt (ook commercieel) is het advies op te richten op de culturele instellingen van Zwolle, namelijk:

- Atelier Knikker;
- Herman Brood Experience;
- Museum de Fundatie;
- Galerie Nende kunst;
- Filmtheater Fraterhuis;
- Grote Kerk.

Tijdens het onderzoek zijn de mogelijke bezoekersaantallen berekend, op basis van de gegevens die bij Clever Solutions bekend zijn. De cijfers zijn als volgt:

- 1.458 studenten die jaarlijks één keer of vaker in het Langhuis komen;
- 3.783 bezoekers met een interesse in cultuur die jaarlijks in het Langhuis komen;
- In totaal zijn dat 5.241 bezoekers die één keer of vaker dan één keer per jaar bij het Langhuis komen;
- Naar verwachting 1.747 unieke bezoekers in het eerste jaar. Ervan uit gaande dat elke bezoeker gemiddeld drie keer per jaar het Langhuis bezoekt.
- Bij een opening van zes dagen per week, komen er gemiddeld zes unieke bezoekers per dag.

Door dit onderzoek heeft Het Langhuis een beter beeld van de potentiële doelgroep voor het Langhuis. Hierdoor kunnen zij beter onderzoeken welke marketing effectief is voor het Langhuis en hoe zij deze kunnen inzetten. Daarnaast kan Het Langhuis de kosten en baten berekenen op basis van de verwachte bezoekers.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	45
2.	Algemene informatie gemeente Zwolle.....	46
2.1	Bevolking Zwolle naar leeftijd en geslacht	46
2.2	Inwoners per wijk.....	47
2.3	Bevolking Zwolle naar herkomst.....	47
2.4	Samenstelling huishoudens.....	47
2.5	Bevolkingsontwikkeling sinds 1975.....	48
2.6	Aantal leerlingen en studenten in Zwolle	48
2.7	Conclusie algemene informatie gemeente Zwolle.....	48
3.	Culturele instellingen Zwolle	49
3.1	Atelier Knikker	49
3.2	Herman Brood Experience	49
3.3	Museum de fundatie	50
3.4	Galerie Nende kunst.....	50
3.5	Filmtheater Fraterhuis	50
3.6	Grote Kerk.....	50
4.	Relevante gegevens over de potentiële doelgroepen	51
4.1	Vrije tijd inwoners Zwolle	51
4.2	Vrije tijd per wijk	51
4.3	Profiel stedelijke cultuurregio Zwolle.....	52
4.4	Conclusie	52
5.	Concrete gegevens en persona's over potentiële doelgroep(en)	53
5.1	De doelgroepen.....	53
5.2	Waarom deze doelgroepen?	53
5.3	Eigenschappen van de doelgroepen	53
5.4	Persona kunstenaars.....	55
5.5	Persona (culturele) studenten.....	55
6.	Schatting marktpotentieel.....	56
7.	Conclusie	58
8.	Bronnen	59

1. Inleiding

De Nieuwe Hanze Unie heeft Clever Solutions ingeschakeld om zich te verdiepen in de potentiële doelgroep voor het Langhuis. Clever Solutions is een groep studenten van de opleiding Commerciële Economie, die zich op dit moment in het vierde leerjaar bevinden.

In dit rapport staat beschreven wat de potentiële doelgroep voor het Langhuis is. Het rapport heeft de volgende opbouw: in hoofdstuk twee staat de algemene informatie over de gemeente Zwolle beschreven. In hoofdstuk drie staan de meest relevante culturele instellingen van Zwolle beschreven. Met deze culturele instellingen kan het Langhuis in de toekomst samenwerken. In hoofdstuk vier komen de relevante gegevens voor de potentiële doelgroepen naar voren. Hierdoor kan er een beter beeld gemaakt worden van de potentiële doelgroepen voor de persona's. In hoofdstuk vijf komen de concrete gegevens van de potentiële doelgroepen naar voren en daarbij de persona's. In hoofdstuk zes is de schatting van het marktpotentieel te vinden. In hoofdstuk zeven staat de conclusie beschreven, waarin duidelijk wordt wat Het Langhuis met de potentiële doelgroep kan en wat de potentiële doelgroepen zijn.

2. Algemene informatie gemeente Zwolle

Het Langhuis is op dit moment nog niet heel bekend onder de bevolking. Er moet eerst aan de naamsbekendheid gewerkt worden, wil het veel mensen trekken. Omdat de naamsbekendheid nog laag is, is er in deze analyse voor gekozen om te richten op Zwolle en omstreken. Het is voor het Langhuis logischer om eerst op een kleinere groep mensen te richten dan direct op een grote groep mensen. (Godin, 2018)

Bij het raadplegen van deze gegevens is gebruik gemaakt van de gegevens uit 2016. Hiervoor is gekozen, omdat in dit jaar de meeste gegevens beschikbaar zijn. Hierdoor kan er makkelijk vergeleken worden. Qua aantallen en gegevens is 2016 vergelijkbaar met 2018, omdat de aantallen bijna niet wijzigen.

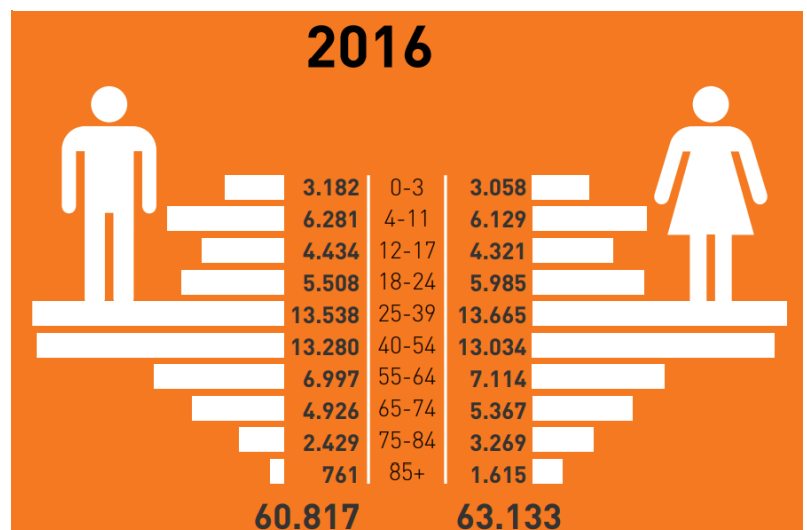
Indien er niet vergeleken hoeft te worden wordt er gebruik gemaakt van de meest recente gegevens die er zijn.

2.1 Bevolking Zwolle naar leeftijd en geslacht

Figuur 2.1 Bevolking Zwolle naar leeftijd en geslacht (Zeegelaar, 2017)

De bevolking naar leeftijd en geslacht in 2016 is te zien in de figuur hiernaast. Recenter gegevens dan 2016 zijn bijna niet te vinden over de gemeente Zwolle. Vandaar dat in dit rapport gebruik wordt gemaakt van de gegevens uit 2016.

Uit de figuur blijkt dat er iets meer vrouwen dan mannen wonen in Zwolle. De grootste groep inwoners zijn de groepen 25-39 en 40-54 jaar. Gezien het feit dat het Langhuis een culturele instelling is, worden de leeftijdsgroepen 0-3 en 4-11 jaar niet meegerekend. De groepen 12-17 en 18-24 (meeste middelbare school leerlingen en mbo/hogeschool studenten) bestaan in totaal uit 20.248 personen. De groep ouderen (55+) bestaat uit 32.478 personen. Er is hier gekozen voor 55+, omdat mensen vanaf 55 jaar vaak korting krijgen voor culturele activiteiten en deze dus waarschijnlijk ook vaker gaan bezoeken. (magazine, 2016)



“Demografische gegevens Zwolle De gemeente Zwolle heeft 126.116 inwoners op 01-01-2018 (bron: CBS Statline). Hiermee staat Zwolle op plaats 19 in Nederland. Verdeeld naar leeftijd ziet de bevolkingsopbouw van Zwolle er als volgt uit: Opleidingsniveau en herkomst in Zwolle De verdeling van de bevolking tussen 15 en 75 jaar naar opleidingsniveau is 23% laag, 37% middel en 39% hoog opleidingsniveau.” (Experiment&ernst, 2018)

2.2 Inwoners per wijk

Hiernaast is het inwonersaantal per wijk van Zwolle te zien. De belangrijkste wijk is de binnenstad, hier staat het Langhuis. Het inwonersaantal in de binnenstad is de afgelopen jaren alleen maar gestegen. Ook het totale inwonersaantal van Zwolle stijgt sinds 2013. Dit laat zien dat Zwolle steeds populairder wordt om in te wonen.

Figuur 2.2 Inwoners per wijk (Zeegelaar, 2017)

wijk	2013		2014		2015		2016	
	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%	absoluut	%
Binnenstad	3.308	2,7%	3.341	2,7%	3.403	2,8%	3.528	2,8%
Diezerpoort	9.740	7,9%	9.906	8,0%	10.132	8,2%	10.254	8,3%
Wipstrik	6.450	5,3%	6.407	5,2%	6.465	5,2%	6.471	5,2%
Assendorp	12.618	10,3%	12.536	10,2%	12.620	10,2%	12.729	10,3%
Kamperpoort-Veerallee	2.698	2,2%	2.851	2,3%	2.788	2,3%	2.912	2,4%
Poort van Zwolle	364	0,3%	374	0,3%	369	0,3%	358	0,3%
Westenholte	5.233	4,3%	5.293	4,3%	5.314	4,3%	5.337	4,3%
Stadshagen	21.925	17,9%	22.477	18,2%	22.811	18,5%	23.352	18,9%
Holtenbroek	9.939	8,1%	9.809	8,0%	9.938	8,1%	9.969	8,0%
Aalanden	13.014	10,6%	13.046	10,6%	13.006	10,6%	13.063	10,5%
Vechtlanden	1.002	0,8%	993	0,8%	1.011	0,8%	994	0,8%
Berkum	4.281	3,5%	4.271	3,5%	4.226	3,4%	4.236	3,4%
Marsweteringlanden	1.125	0,9%	1.151	0,9%	1.142	0,9%	1.174	0,9%
Schelle	14.975	12,2%	14.830	12,0%	14.736	12,0%	14.715	11,9%
Ittersum	15.059	12,3%	15.021	12,2%	15.019	12,2%	14.935	12,1%
Soestweteringlanden	894	0,7%	909	0,7%	877	0,7%	866	0,7%
totaal	122.625	100%	123.215	100%	123.857	100%	124.893	100%

2.3 Bevolking Zwolle naar herkomst

De grootste groep inwoners van Zwolle zijn afkomstig uit Nederland. Daarnaast komt ongeveer 6,57% uit overige westerse landen. Ongeveer 4,77% komt uit niet-westerse landen. De overige inwoners van Zwolle komen uit de Antillen, Aruba, Suriname, Turkije en Marokko. Deze zijn samen goed voor ongeveer 4,77% van het inwonersaantal van Zwolle. In totaal is 16,11% van de inwoners dus niet afkomstig uit Nederland.

Figuur 2.3 Bevolking Zwolle naar herkomst (Zeegelaar, 2017)

	2012	2013	2014	2015	2016
Nederland	102.360	103.226	103.656	104.113	104.771
Overige westerse landen	8.014	8.030	8.119	8.115	8.206
Antillen en Aruba	1.421	1.444	1.429	1.418	1.427
Suriname	1.265	1.277	1.277	1.261	1.269
Turkije	2.585	2.577	2.546	2.543	2.544
Marokko	718	724	720	724	716
Overige niet-westerse landen	5.254	5.347	5.468	5.683	5.960
totaal	121.617	122.625	123.215	123.857	124.893

2.4 Samenstelling huishoudens

Uit het onderzoek blijkt dat de grootste groep huishoudens bestaat uit 1-persoonshuishoudens. Daarna volgt de 2-persoonshuishoudens zonder kinderen. De (overige) huishoudens met kind(eren) is goed voor een derde plek. Het totaal aantal huishoudens is 53.817.

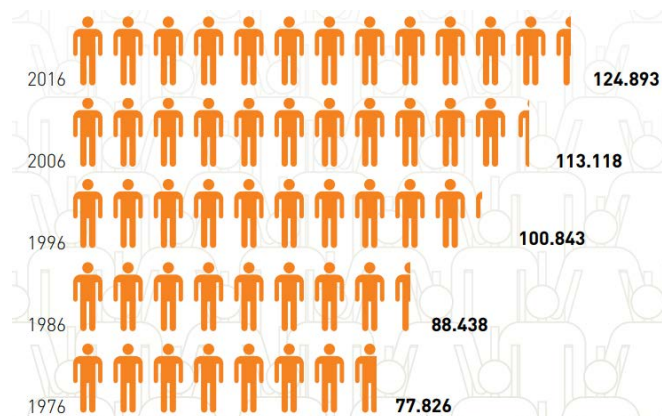
Figuur 2.4 Samenstelling huishoudens (Zeegelaar, 2017)

	2012	2013	2014	2015	2016
1-persoonshuishoudens	17.250	17.469	17.628	18.060	18.728
2-persoonshuishoudens zonder kinderen	15.183	15.195	15.188	15.230	15.297
3-en meer persoons-huishoudens zonder kinderen	1.374	1.389	1.400	1.432	1.400
1-ouderhuishoudens	2.987	3.023	3.092	3.215	3.294
(overige) huishoudens met kind(eren)	14.824	15.028	15.136	15.116	15.098
Totaal:	51.618	52.104	52.444	53.053	53.817

2.5 Bevolkingsontwikkeling sinds 1975

Uit de figuur blijkt dat de bevolking een sterke groei doormaakt. Ten opzichte van 1976 is in 1986 de bevolking gestegen met 13,64%. Ten opzichte van 1986 is in 1996 de bevolking in Zwolle gestegen met 14,03%. Ten opzichte van 1996 is in 2006 de bevolking in Zwolle gestegen met 12,17%. Ten opzichte van 2006 is in 2016 de bevolking in Zwolle gestegen met 10,41%. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de bevolking in Zwolle nog steeds groeit. Wel wordt de groei steeds minder.

Figuur 2.5 Bevolkingsontwikkeling sinds 1975



2.6 Aantal leerlingen en studenten in Zwolle

Uit deze figuur valt goed af te leiden hoeveel leerlingen en studenten er in Zwolle studeren. Hier moet rekening worden gehouden met het feit dat de studenten uit heel Nederland komen. De grootste groep zijn mbo studenten. Daarna volgt de groep hbo studenten. Dit valt te verklaren door de zeven hogescholen en de vele mbo-scholen die zich in Zwolle bevinden.

Figuur 2.6 Aantal leerlingen en studenten in Zwolle (Buurtmonitor, 2018)

	Zwolle
basisonderwijs: totaal	11.935
speciaal onderwijs totaal	2.144
voortgezet onderwijs totaal	12.796
mbo	23.864
hbo (voltijd)	21.784
hbo (deeltijd/duaal)	2.991

2.7 Conclusie algemene informatie gemeente Zwolle

Het Langhuis kan zich richten op verschillende groepen personen. De inwoners van Zwolle kunnen in drie groepen worden ingedeeld: 12-24 jaar (de leerlingen en studenten), 25-54 jaar (de volwassenen) en de 55+ (ouderen). Deze drie groepen kunnen op allerlei manieren een doelgroep zijn voor het Langhuis. Wel is er op dit moment nog niks bekend over de interesses van deze doelgroepen. Deze zullen in het volgende hoofdstuk verder worden uitgezocht.

De wijk waarin het Langhuis zich bevindt groeit elk jaar. Zowel Zwolle als geheel als de binnenstad wordt steeds populairder om in te wonen. Dit biedt kansen voor het Langhuis, er zijn immers meer mensen om te trekken.

De grootste groep inwoners van Zwolle zijn afkomstig uit Nederland. Toch is 16,11% van de inwoners niet afkomstig uit Nederland. Dit kan voor het Langhuis ook een reden zijn om te kiezen voor een bepaalde doelgroep.

De grootste groep huishoudens bestaat uit één persoon. Dit kan een belangrijk gegeven zijn voor de doelgroepen van het Langhuis.

De groei van de bevolking van Zwolle stijgt ieder jaar nog steeds. Gemiddeld is de groei in Zwolle boven de 10% in 10 jaar tijd. Wel daalt de gemiddelde groei elke 10 jaar.

De grootste groep studenten in Zwolle komen van het mbo en hbo af. Dit kan een belangrijk gegeven zijn voor het Langhuis om zich op te richten.

3. Culturele instellingen Zwolle

In het toekomstscenario heeft Het Langhuis aangegeven dat het Langhuis kan samenwerken met andere culturele instellingen in Zwolle, om zo meer activiteiten te kunnen organiseren en meer bekendheid te creëren. Daarom zijn de culturele instellingen van Zwolle ook een doelgroep voor het Langhuis. Om een beeld te krijgen van de culturele instellingen van Zwolle is in dit hoofdstuk een overzicht gemaakt.

De culturele instellingen die hieronder genoemd worden, zijn afkomstig uit de lijst van culturele instellingen van de website van de gemeente Zwolle. Dit zijn de grootste, bekendste of voornaamste culturele instellingen die in Zwolle te vinden zijn. Het Langhuis heeft aangegeven samen te willen werken met bijvoorbeeld het Fraterhuis of museum de Fundatie. Hieronder staan nog enkele andere culturele instellingen waar het Langhuis mee kan samenwerken, om zo een breder netwerk te creëren. Op de website staan meerdere culturele instellingen, Clever Solutions heeft hier de instellingen uitgepakt die het meest aansluiten bij de activiteiten van het Langhuis. (visit Zwolle, 2018)

Er is bewust voor gekozen om theaters en poppodia als De Spiegel en Hedon niet mee te nemen in het overzicht, omdat de geplande activiteiten van het Langhuis op dit moment nog niet aansluiten op de activiteiten die in deze instellingen plaatsvinden. De Spiegel en Hedon zijn bedoeld voor middelgrote theatervoorstellingen en optredens van artiesten. Dit komt niet terug in het toekomstscenario voor het Langhuis en heeft het nog geen reden om samen te werken met deze instellingen.

Van elke instelling is het bezoekersaantal, sociale media volgers en website bekeken, indien elk van deze gegevens aanwezig waren. Het belangrijkste gegeven voor het Langhuis zijn de bezoekersaantallen, omdat het Langhuis een schatting kan maken hoeveel van die bezoekers een potentiële bezoeker van het Langhuis kan zijn. In hoofdstuk zes wordt hier dieper op in gegaan.

3.1 Atelier Knikker

Atelier Knikker bestaat sinds augustus 2012 en is gevestigd aan de Thorbeckegracht in Zwolle en is commercieel. Gerrit Knikker staat zelf in zijn atelier en leidt iedereen rond. Zijn dochter ondersteunt hem in zijn atelier. Dus samen runnen ze het atelier. Er zijn voor zover bekend geen verdere vrijwilligers. Atelier Knikker heeft 474 likes op Facebook en 338 volgers op Instagram. Ook heeft Gerrit Knikker zijn eigen website. (visitzwolle, 2018)

3.2 Herman Brood Experience

In april 2017 is in Zwolle aan de Blijmarkt 21 de Herman Brood Experience gestart waar, ook de Gemeente Zwolle en een zeer groot aantal zakenmensen, Herman Brood omarmd. Hier kan niet alleen werk van hem bewonderd worden, maar krijgt de bezoeker middels foto's, voorwerpen, film en geluid een inkijkje in het leven van de in Zwolle geboren artiest.

Er zijn ook persoonlijke items van Brood zelf te zien. Nooit eerder vertoonde foto's, door hem beschilderde gitaren, kledingstukken, schildersmateriaal en zelfs zijn spuitnaalden. Naast deze continu wisselende exposities treft men ook een Herman Brood-winkel, waar fans naast een breed assortiment merchandise ook schilderijen, zeefdrukken, muziek, documentaires en boeken van Herman Brood kunnen kopen. (Experience, 2017)

Op Facebook heeft de Herman Brood Experience 6356 likes. Op Instagram heeft de Herman Brood Experience 1020 volgers. In een jaar tijd heeft de Herman Brood Experience 40.000 bezoekers gehad. (de Lange, 2018)

3.3 Museum de fundatie

Museum de Fundatie bezit en beheert een omvangrijke collectie beeldende kunst. Collectie en tentoonstellingen zijn te zien op twee locaties: Kasteel het Nijenhuis met beeldentuin bij Heino en Museum de Fundatie in Zwolle. (museum de fundatie, 2018)

Museum de fundatie heeft 10.300 likes op Facebook en 4490 volgers op Instagram.

De bezoekersaantallen van de afgelopen jaren:

2015: 266.005

2016: 228.463

2017: 195.401

(fundatie, 2018)

3.4 Galerie Nende kunst

Galerie Nende Kunst, opgericht door Natasja van 't Ende, nabij de Sassenpoort gelegen aan de Sassenstraat in hartje Zwolle. In de galerie tref je veel schilderijen aan waarbij ronde vormen en contrast centraal staan. Daarnaast kun je ook diverse soorten sieraden en accessoires kopen waarin een schilderij is verwerkt door de kunstenares. (Nende kunst, 2018)

Op Facebook heeft Nende kunst 441 likes en op Instagram 2721 volgers.

3.5 Filmtheater Fraterhuis

Filmtheater het Fraterhuis verzorgt publieksfilms en artistieke films. De publieksfilm beschouwen we als kansrijk met het ook op bezoekersaantallen, is herkenbaar voor bezoekers met belangstelling voor cultuur en is sterk aanbod gestuurd. De artistieke film daarentegen is minder aanbod gestuurd, bereikt niet op voorhand een groot potentieel publiek en laat ruimte voor experiment en filmkunst.

Aantal betaalde bezoekers de afgelopen jaren:

2014: 67.966

2015: 78.650

2016: 80.097

(Fraterhuis, 2017)

Filmtheater het Fraterhuis heeft geen eigen Facebookpagina. Wel is er een door Facebook georganiseerde pagina die 51 likes heeft. Op Instagram heeft filmtheater het Fraterhuis 313 volgers.

3.6 Grote Kerk

In het midden van het centrum van Zwolle staat de Grote Kerk. Deze kerk inzetbaar op vele culturele vlakken. In 2016 waren er ruim 135.000 bezoekers. (Zwolle informatiesite, 2017)

Op Facebook heeft de Grote Kerk 1.153 likes en op Instagram 317 volgers.

4. Relevante gegevens over de potentiële doelgroepen

Figuur 4.1 Vrije tijd inwoners Zwolle (Buurtmonitor, 2018)

4.1 Vrije tijd inwoners Zwolle

In de tabel hiernaast is te zien hoeveel procent van de inwoners aan bepaalde activiteiten doet in zijn of haar vrije tijd.

54% van de inwoners geeft aan minimaal één keer in de week te sporten.

36% van de inwoners gaat minimaal één keer in de maand uit. Met “uitgaan” wordt bedoeld dat de inwoners een bezoek hebben gebracht aan een popconcert, musical, film, dansavond/houseparty of restaurant/café.

22% van de inwoners heeft minimaal één keer per maand een religieuze dienst bijgewoond in bijvoorbeeld een kerk, moskee of tempel.

32% van de inwoners geeft aan minimaal één keer per kwartaal een bezoek te hebben gebracht aan een concert van klassieke muziek, operavoorstelling, toneelvoorstelling, dans-/balletuitvoering, cabaretvoorstelling of een museum.

91% van de inwoners geeft aan een hobby te hebben.

Uit deze tabel is niet af te leiden welke leeftijdscategorie de grootste invloed heeft op de percentages.

	2016
% sport minimaal 1 keer per week	54
% gaat minimaal 1 keer per maand uit	36
% woont minimaal 1 keer per maand ...	22
% ontplooit minimaal 1 keer per kwa...	32
% heeft hobby's	91

4.2 Vrije tijd per wijk

Figuur 4.2 Vrije tijd per wijk Zwolle (Buurtmonitor, 2018)

Uit de tabel blijkt dat inwoners uit de binnenstad meer sporten, meer uitgaan, minder naar een religieuze bijeenkomst gaan, meer culturele activiteiten per kwartaal bezoekt en meer inwoners een hobby hebben in vergelijking met de gemiddelde inwoner van Zwolle.

	% sport minimaal 1 keer per week	% gaat minimaal 1 keer per maand uit	% woont minimaal 1 keer per maand een religieuze bijeenkomst bij	% ontplooit minimaal 1 keer per kwartaal een culturele activiteit	% heeft hobby's
Binnenstad	61	69	12	43	94
Diezerpoort	47	39	19	31	89
Wipstrik	56	45	23	39	93
Assendorp	57	54	19	40	90
Kamperpoort-Veerallee	56	50	21	46	92
Poort van Zwolle	58	20	22	24	90
Westenholte	54	29	28	21	91
Stadshagen	55	31	20	26	92
Holtenbroek	46	29	26	19	87
Aa-landen	50	27	24	34	93
Vechtlanden	56	36	27	40	89
Berkum	54	31	26	38	93
Marsweteringlanden	56	26	22	22	91
Schelle	61	33	22	36	93

4.3 Profiel stedelijke cultuurregio Zwolle

Experiment&ernst heeft recentelijk een onderzoek uitgevoerd onder 307 cultureel actieve inwoners van Regio Zwolle. Van de respondenten waren er 101 woonachtig in Zwolle en 206 woonachtig in Regio Zwolle. Hieronder zijn een aantal relevante gegevens te vinden die gebruikt kunnen worden om de potentiële doelgroep te definiëren voor het Langhuis. Deze gegevens zijn geciteerd uit het rapport. (Experiment&ernst, 2018)

“Van alle respondenten (n=307) heeft 85% een culturele activiteit in de eigen gemeente ondernomen. Inwoners van Zwolle hebben vaker (97%) een culturele activiteit in de eigen woonplaats bezocht dan de inwoners van de regio exclusief Zwolle (79%). De cultuurparticipatie is dus zeer hoog onder inwoners van Zwolle en hoog onder inwoners van de regio exclusief Zwolle.”

“Hoe vaak heeft u culturele instellingen/activiteiten in Zwolle in de afgelopen 12 maanden bij benadering bezocht?

Inwoners van Regio Zwolle, exclusief de inwoners van de gemeente Zwolle, hebben Zwolle gemiddeld 3 keer in de afgelopen 12 maanden voor culturele activiteiten bezocht. Zwollenaren zijn, zoals te verwachten, vaker cultureel actief in hun eigen stad, namelijk gemiddeld 5,5 keer in de afgelopen 12 maanden.”

“Betrekken van makers, kunstenaars, creatieve sector,... Het proces tot nu toe is voornamelijk door de overheden en de cultuurinstellingen ingevuld. Belangrijk is dat we in de komende tijd de makers, kunstenaars en de creatieve sector hier intensiever bij betrekken. Zij brengen een andere dynamiek en andere inzichten met zich mee die verrijkend kunnen zijn. Ook willen we kijken hoe we samenwerking tussen kunst, cultuur, de creatieve industrie en het kunstvakonderwijs verder kunnen intensiveren, want hier liggen interessante kansen voor Zwolle op het gebied van onder andere toegepaste kunst.”

4.4 Conclusie

Uit de tabellen blijkt dat 36% van de inwoners van Zwolle één keer in de maand uit gaat. Dit kunnen ook activiteiten zijn die passen bij de activiteiten van het Langhuis. Daarnaast ontplooit 32% van de inwoners een culturele activiteit eens in het kwartaal. Dit past ook bij de activiteiten die het toekomstscenario biedt voor het Langhuis. De inwoners van de binnenstad gaan vaker uit en bezoeken ook vaker een culturele instelling.

Uit het onderzoek van experiment&ernst is gebleken dat de cultuurparticipatie zeer hoog is onder de inwoners van Zwolle en hoog onder de inwoners van de regio exclusief Zwolle. Zwollenaren zijn vaak cultureel actief in hun eigen stad, namelijk 5,5 keer in de afgelopen 12 maanden. De inwoners van de regio Zwolle, exclusief de inwoners van de gemeente Zwolle, hebben gemiddeld 3 keer een culturele activiteit bezocht.

Er liggen kansen voor Zwolle op het gebied van onder andere toegepaste kunst. De gemeente Zwolle wil kijken hoe er meer samenwerking tussen kunst, cultuur, de creatieve industrie en het kunstvakonderwijs kunnen intensiveren. Dit sluit goed aan bij de samenwerkingsplannen voor het Langhuis met andere culturele instellingen.

5. Concrete gegevens en persona's over potentiële doelgroep(en)

5.1 De doelgroepen

Het Langhuis geeft in haar toekomstscenario aan dat kunstenaars, (culturele) studenten en culturele instellingen van Zwolle belangrijke doelgroepen zijn. Hierbij vallen de kunstenaars en (culturele) studenten onder de “business to consumer” doelgroep en de culturele instellingen onder de “business to business” doelgroep. Verder zijn de inwoners van Zwolle natuurlijk een doelgroep, zij kunnen immers de kunst komen bekijken of lezingen bijwonen. Deze groep is zo groot en divers, dat hiervoor is besloten om geen persona te maken.

5.2 Waarom deze doelgroepen?

Voor deze doelgroepen is gekozen, omdat zij de grootste groep mensen vormen die interesse kunnen tonen in het Langhuis. De oudere mensen kunnen een doelgroep vormen voor het Langhuis, maar zij zijn moeilijker te bereiken. Het Langhuis heeft aangegeven naar alle waarschijnlijkheid meer online marketing in te zetten. Jonge mensen zijn makkelijk online te bereiken. De ouderen zijn in de meeste gevallen wel online actief, maar wel een stuk minder dan de jongeren. (Consultancy Newcom Research & Consultancy B.V., 2017)

Voor de doelgroepen zijn daarom studenten en kunstenaars gekozen. Het gaat hier voornamelijk om de studenten met een interesse in kunst, zoals Artez studenten, maar kan breder worden ingezet voor studenten op het mbo en hbo. Voor de kunstenaars is gekozen voor de jonge, enthousiaste kunstenaar. Dit sluit aan bij de jongere doelgroep, zoals hierboven wordt vermeld. Ook deze doelgroep wordt breed getrokken, door niet alleen te kijken naar de kunstenaar in het vak, maar ook de creatieveling thuis. Hierdoor krijgt men een beter en breed beeld van de kunstenaars en de algehele doelgroep.

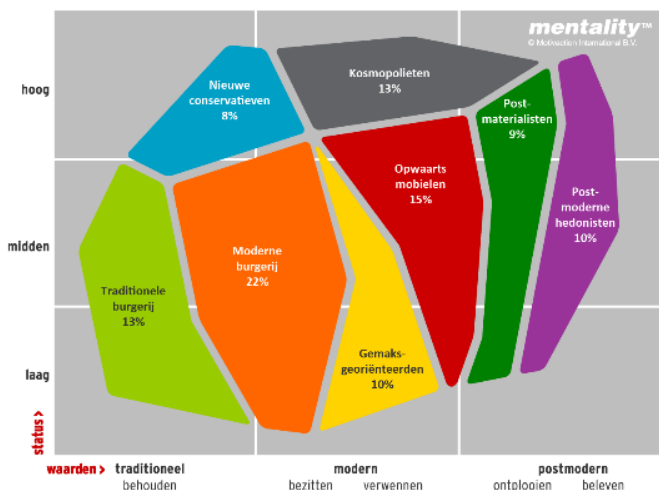
5.3 Eigenschappen van de doelgroepen

De doelgroepen zijn ingedeeld volgens het basismodel Mentality. Mentality is het unieke waarden- en leefstijlonderzoek van Motivaction dat een effectieve kijk geeft op de doelgroepenindeling en -benadering (Verheggen, 2013).

Figuur 4.1 Basismodel Mentality (Verheggen,

2013)

Op basis van dit model is een indeling gemaakt voor de verschillende doelgroepen. De concrete gegevens zijn in de volgende paragrafen te vinden.



5.3.1 Kunstenaars

De kunstenaars vallen onder de postmoderne hedonisten. Ze willen zichzelf ontplooien en meer beleven. De kenmerken van postmoderne hedonisten zijn:

Ambities

- Vrij zijn
- Leven in het hier en nu
- Nieuwe ervaringen opdoen
- Onafhankelijk zijn

Maatschappij en politiek

- Weinig betrokken
- Tolerant
- Gelijke kansen

Werken en presteren

- Geen centrale rol
- Ondergeschikt aan privé

Leefstijl

- Impulsief
- Avontuurlijk
- Vrijblijvend ('anything goes')
- Kunst en (populaire) cultuur
- Ervaringsgericht

Sociale relaties

- Individualistisch
- Vrienden belangrijker dan familie

Sociodemografie

- Evenveel mannen als vrouwen
- Meer jongeren
- Meer hoogopgeleiden
- Alle inkomensniveau

5.3.2 (Culturele) studenten

De (culturele) studenten vallen onder de kosmopolieten. De kenmerken van kosmopolieten zijn:

Ambities

- Maatschappelijk succes
- Zelfontplooiing
- Sociaal bewogen

Maatschappij en politiek

- Internationaal georiënteerd
- Maatschappelijk en politiek geïnteresseerd
- Tolerant

Werken en presteren

- Centrale drijfveer
- Ambitieuus
- Inkomensverbetering
- Verschaft identiteit en status

Leefstijl

- Consumptiegericht
- Materialistisch en technologie-minded
- Impulsief en avontuurlijk
- Statusgevoelig, gehecht aan etiquette
- Kunst en cultuur

Sociale relaties

- Netwerker
- Gericht op gelijkgestemden

Sociodemografie

- Evenveel mannen als vrouwen
- Meer jongeren
- Meer hoge inkomens

5.3.3 Culturele instellingen van Zwolle

Voor de culturele instellingen is het niet nodig om een persona te maken. Alle relevante culturele instellingen van Zwolle staan vermeld in hoofdstuk drie. Dit zijn de instellingen waar het Langhuis mee kan samenwerken als het gaat om de activiteiten die het Langhuis wil gaan uitvoeren. Dit staat ook in het toekomstscenario beschreven.

5.4 Persona kunstenaars

Zoals eerder benoemd is wordt de doelgroep van de kunstenaars breed getrokken door te kiezen voor de jonge, enthousiaste kunstenaar. Dit sluit aan bij de jongere doelgroep, waar Het Langhuis zich op gaat richten. Er wordt niet alleen gekeken naar de kunstenaar in het vak, maar ook de creatieveling thuis.

Daniel Petersen



"Art is not what you see but what you make others see - Edgar Degas"

Leeftijd: 26
Werk: Kunstenaar
Gezin: heeft een vriendin
Woonplaats: Zwolle

Motivaties

Beloning	80%
Angst	10%
Doelgericht	40%
Macht	60%
Waardering	90%

Ambities

- Vrij zijn
- Leven in het hier en nu
- Nieuwe ervaringen opdoen
- Onafhankelijk zijn

Frustraties

- Ongelijkheid
- Alles volgens de regels doen

Biografie

Daniel is na zijn studie begonnen als kunstenaar. Hij vindt het leuk om studenten te helpen en verzorgt daarom vaak workshops op scholen en culturele instellingen. In zijn vrije tijd gaat hij graag op stap in Zwolle en omgeving om culturele activiteiten

Persoonlijkheid

Introvert	Extrovert
Nadenken	Op gevoel
Terughoudend	Avontuurlijk
Individualistisch	Collectivistisch

5.5 Persona (culturele) studenten

Zoals eerder wordt benoemd wordt de doelgroep breed getrokken door te kiezen voor studenten met een interesse in kunst, zoals de studenten van Artez. De persona kan breder worden ingezet voor studenten op het mbo en hbo, hier zijn alleen geen concrete gegevens voor. De uiteindelijke manier van communicatie zal voor Het Langhuis hetzelfde zijn.

Lotte Huisman



"Success doesn't come to you, you go to it."

Leeftijd: 22
Werk: student Artez Zwolle
Woonplek: op kamers in Zwolle
Woonplaats: Zwolle

Motivatie

Beloning	70%
Angst	20%
Doelgericht	80%
Macht	10%
Waardering	90%

Ambities

- Maatschappelijk succes
- Zelfontplooiing
- Sociaal bewogen

Frustraties

Biografie

Lotte is een jonge student van 22 jaar die met veel plezier een opleiding op Artez volgt. Op deze school heeft ze veel vrienden die ze ook in de vrije tijd spreekt en ziet. Ze is impulsief en avontuurlijk. Net als bijna elke andere millennial is ze technologie-minded. Ze houdt van netwerken en is in de weekenden dus ook vaak in de binnenstad van Zwolle te vinden.

Persoonlijkheid

Introvert	Extrovert
Nadenken	Op gevoel
Terughoudend	Avontuurlijk
Individualistisch	Collectivistisch

6. Schatting marktpotentieel

Het marktpotentieel bestaat uit vele variabelen, namelijk het aantal bezoekers van het Langhuis, de gemiddelde prijs die de bezoeker hiervoor betaald en de gedane activiteiten binnen het Langhuis. Deze gegevens zijn niet bekend en hierdoor is het dus niet mogelijk om het marktpotentieel te berekenen. Wel kunnen het geschatte aantal bezoekers berekend worden. Dit is wel op aannames gebaseerd, omdat concrete getallen niet bekend zijn.

De getallen die tijdens dit onderzoek naar voren zijn gekomen zijn:

- 126.116 inwoners in de gemeente Zwolle op 01-01-2018;
- 23.864 mbo studenten in Zwolle;
- 21.784 voltijd hbo studenten in Zwolle;
- 2.991 deeltijd hbo studenten in Zwolle;
- 40.000 bezoekers voor de Herman Brood Experience Zwolle in 2017;
- 195.401 bezoekers voor museum de Fundatie in 2017;
- 80.097 bezoekers voor het Fraterhuis in 2016;
- Ruim 135.000 bezoekers voor de Grote Kerk in 2017.

Overige gegevens die bekend zijn:

- 32% van de inwoners geeft aan minimaal één keer per kwartaal een bezoek te hebben gebracht aan een concert van klassieke muziek, operavoorstelling, toneelvoorstelling, dans-/balletuitvoering, cabaretvoorstelling of een museum.
- Inwoners van Regio Zwolle, exclusief de inwoners van de gemeente Zwolle, hebben Zwolle gemiddeld 3 keer in de afgelopen 12 maanden voor culturele activiteiten bezocht. Zwollenaren zijn, zoals te verwachten, vaker cultureel actief in hun eigen stad, namelijk gemiddeld 5,5 keer in de afgelopen 12 maanden.

In totaal zijn er $23.864 + 21.784 + 2.991 = 48.639$ mbo en hbo studenten in totaal in Zwolle.

Daarvan zijn er ongeveer 1000 studenten van Artez, een creatieve school in Zwolle (Artez, 2018).

Daarnaast zit er nog een creatieve school in Zwolle, namelijk het Cibap. Van deze school zijn geen cijfers bekend.

Ervan uitgaande dat de naamsbekendheid van het Langhuis onder de studenten op dit moment nog minimaal is, gaan wij uit van een potentieel van 0,01% van de studenten op het totaalaantal studenten. Hiervan zullen naar alle waarschijnlijkheid meer (culturele) studenten interesse hebben in het Langhuis, dit is echter niet te bewijzen.

$48.639 \times 0,01 = 486$ potentiële studentbezoekers voor het Langhuis in het eerste jaar.

In totaal waren er op 1 januari 2018 126.116 inwoners in de gemeente Zwolle. Ervan uitgaande dat 0,01% een bezoeker wordt in het eerste jaar van het Langhuis, net zoals bij de studenten, dan komt dit uit op 1.261 bezoekers in het eerste jaar. Omdat er niet te achterhalen valt hoeveel studenten die in Zwolle studeren, ook in de gemeente Zwolle

wonen, zijn deze bij het totaal aantal inwoners van de gemeente Zwolle buiten beschouwing gelaten.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat een cultureel actief persoon gemiddeld 3 keer per jaar naar een culturele activiteit gaat. Ervan uitgaande dat de bezoekers van het Langhuis vaker dan één keer langskomen, omdat ze bijvoorbeeld een reeks workshops volgen, wordt er hier ook van 3 keer per jaar uitgegaan.

In totaal zou dat betekenen dat er $486 \times 3 = 1.458$ studenten jaarlijks in het Langhuis komen. Daarnaast komen er $1.261 \times 3 = 3.783$ bezoekers met interesse in cultuur in het Langhuis.

In totaal zijn dat $1.458 + 3.783 = 5.241$ bezoekers voor het Langhuis, waarbij dezelfde personen dus gemiddeld drie keer naar het Langhuis komen.

Er komen naar verwachting $1.261 + 486 = 1.747$ unieke bezoekers in het eerste jaar.

Als het Langhuis weer zes dagen opengaat, net als voorheen, dan komt dit uit om bijna zes unieke bezoekers per dag.

7. Conclusie

Uit het onderzoek kan de volgende doelgroep gedefinieerd worden, jonge enthousiaste kunstenaars en (culturele) studenten. Daarnaast wordt er voor de business to business markt gericht op de culturele instellingen van Zwolle. Het advies is om bij deze groep vooral te richten op de culturele instellingen die zijn benoemd in dit rapport, omdat deze het beste aansluiten bij het toekomstscenario dat geschetst is.

De jonge kunstenaars zijn een belangrijke doelgroep voor het Langhuis, omdat zij kunnen helpen bij de activiteiten die bij het Langhuis gaan plaatsvinden. Er is gekozen voor jonge kunstenaars, omdat deze beter aansluiten bij de (online) communicatie die gebruikt gaat worden bij het Langhuis.

(Culturele) studenten vormen een belangrijke doelgroep voor het Langhuis, omdat dit een grote groep is die interesse kan tonen in het Langhuis. Daarnaast kan het Langhuis samenwerken met de scholen om zo meer studenten richting het Langhuis te trekken. Studenten zitten veel op internet en sociale media, dit sluit daarom goed aan bij de (online) communicatie die ingezet gaat worden.

Het marktpotentieel is niet te berekenen, omdat daar niet de juiste gegevens voor zijn. Wel is berekend hoeveel mensen er in Zwolle interesse kunnen hebben in het Langhuis. De berekeningen zijn gemaakt op basis van 0,01% van de totale aantallen. De uiteindelijke cijfers zijn:

- 1.458 studenten die jaarlijks één keer of vaker in het Langhuis komen;
- 3.783 bezoekers met een interesse in cultuur die jaarlijks in het Langhuis komen;
- In totaal zijn dat 5.241 bezoekers die één keer of vaker dan één keer per jaar bij het Langhuis komen;
- Naar verwachting 1.747 unieke bezoekers in het eerste jaar. Ervan uit gaande dat elke bezoeker gemiddeld drie keer per jaar het Langhuis bezoekt.
- Bij een opening van zes dagen per week, komen er gemiddeld zes unieke bezoekers per dag.

Het Langhuis kan met deze gegevens gaan berekenen hoeveel personeel er ingezet moet worden en hoeveel activiteiten er plaats moeten gaan vinden. Ook heeft Het Langhuis een beter beeld van de te verwachten aantal bezoekers en kan zo een betere invulling geven aan hun rapport.

8. Bronnen

- Artez. (2018). *Artez*. Opgeroepen op december 4, 2018, van <https://www.artez.nl/dit-is-artez/wie-zijn-wij/onderwijs>
- Belastingdienst. (2018). *Vrijwilligersvergoedingen*. Opgeroepen op November 20, 2018, van Belastingdienst: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/prive/werk_en_inkomen/werken/werken-als-vrijwilliger/vrijwilligersvergoedingen/vrijwilligersvergoedingen
- Buurtmonitor, Z. (2018). Buurtmonitor Zwolle. Zwolle, Overijssel, Nederland. Opgeroepen op november 19, 2018
- Consultancy Newcom Research & Consultancy B.V. (2017). *Nationale Social Media Onderzoek 2017*. Opgeroepen op december 3, 2018, van <https://www.vonkfactor13.nl/wp-content/uploads/Newcom-Nationale-Social-Media-Onderzoek-2017.pdf>
- de Lange, I. (2018, september 28). Interview RTV Oost. (R. Oost, Interviewer) Zwolle, Overijssel, Nederland. Opgeroepen op november 21, 2018, van <https://m.rtvoost.nl/nieuws/299490/Herman-Brood-Museum-Leuk-dat-zijn-werk-juist-in-Zwolle-nu-permanent-te-vinden-is>
- Experience, H. B. (2017, april). *Herman Brood Experience*. Opgeroepen op november 20, 2018, van Herman Brood Experience: <https://www.hermanbroodexperience.nl/info-herman-brood-experience/over-ons/>
- Experiment&ernst. (2018). *Experiment&ernst*. Zwolle. Opgeroepen op december 4, 2018
- Fraterhuis, F. h. (2017). *Fraterhuis*. Opgeroepen op november 21, 2018, van filmtheater het fraterhuis : <https://www.filmtheaterfraterhuis.nl/kassa/organisatie>
- fundatie, M. d. (2018). Zwolle. Opgeroepen op november 21, 2018, van https://www.museumdefundatie.nl/user/file/mus5206_jaarverslag_mdf_2017_web.pdf
- Godin, S. (2018). *This is Marketing, You Can't Be Seen Until You Learn To See*. Amerika: Penguin Books Ltd. Opgeroepen op december 3, 2018
- Kamerbeek, S. (sd). *Werven van vrijwilligers - 12 tips voor succesvolle werving*. Opgeroepen op December 3, 2018, van https://www.kennisbankvrijwilligerswerk.nl/sites/default/files/instrumenten/werven_van_vrijwilligers.pdf
- magazine, P. (2016, 12 8). *plusonline*. Opgeroepen op november 19, 2018, van plus magazine: <https://www.plusonline.nl/special-artikelen/seniorenkorting>
- museum de fundatie*. (2018). Opgeroepen op november 21, 2018, van museum de fundatie: <https://www.museumdefundatie.nl/>
- Nende kunst*. (2018). Opgeroepen op november 21, 2018, van Nende kunst: <https://nendekunst.nl/>

Rijksoverheid. (2018). *Bedragen minimumloon 2019*. Opgeroepen op December 3 , 2018, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/bedragen-minimumloon/bedragen-minimumloon-2019>

Rijksoverheid. (2018). *Rekenhulp: minimumloon berekenen*. Opgeroepen op December 3, 2018, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/rekenhulp-minimumloon-berekenen>

Verheggen, P. (2013). *MARKETINGHIGHLIGHT: Het Mentality-model van Motivaction*. Kotler, P. *Principes van marketing, 6e*, 251-252. Amsterdam: Pearson. Opgeroepen op november 23, 2018, van www.motivaction.nl

visit Zwolle. (2018). Opgeroepen op december 3, 2018, van visit Zwolle: <https://www.visit zwolle.com/kunst-cultuur/musea-en-galeri%C3%ABn/>

visit zwolle. (2018). *visit zwolle*. Opgeroepen op november 20, 2018, van visit zwolle: <https://www.visit zwolle.com/kunst-cultuur/musea-en-galeri%C3%ABn/24673-Atelier-Knikker/>

Zeegelaar. (2017). *Zwolle bij de hand*. Opgeroepen op november 19, 2018, van Zwolle bij de hand: https://www.zwolle.nl/sites/default/files/zwolle_bij_de_hand_2014.pdf

Zwolle informatiesite. (2017). Opgeroepen op november 21, 2018, van <https://www.zwolle.nl/wonen-en-leven/wijken/binnenstad/uitgelicht/gemeente-steunt-vernieuwingsplan-voor-grote-kerk>

Bijlage 5 Personeelsbeleid Het Langhuis



Personeelsbeleid Het Langhuis

Het Langhuis

Angela ter Harmsel

Debbie van Kessel
Hultink

Derk Bakker

Jim

Clever Solutions

+316 133 23 233



Inhoudsopgave

1. Samenvatting	64
2. Inleiding.....	66
3. Personeelsbeleid omtrent vrijwilligers	67
3.1. Motiveren van vrijwilligers.....	67
3.2. Belonen van vrijwilligers.....	67
3.2.1. Vrijwilligersvergoeding.....	67
3.2.2. Vrijwilligersvergoeding in combinatie met een bijstandsuitkering	68
3.2.3. Loon- en inkomstenbelasting	68
3.3. Werven van vrijwilligers	68
3.3.1. Hoe werf je vrijwilligers? Praktische tips.....	68
4. Kosten betaalde krachten.....	70
4.1. Personeelsplanning.....	70
4.2. Personeelsvoorziening	72
4.3. Personeelsbeoordeling.....	72
5. Aanbevelingen.....	73
6. Bibliografie.....	74

1. Samenvatting

In dit personeelsbeleid staan meerdere stukken omtrent de aanpak van voor een optimale inzet en ontwikkeling van kennis en vaardigheden van onder andere het personeel en de medewerkers hiervan. Ook staan hier stukken in omtrent het motiveren van het vrijwilligers. In deze samenvatting staat puntsgewijs hoe dit gerealiseerd kan worden.

Motiveren van vrijwilligers

Biedt nu en dan leuke workshops aan voor vrijwilligers, om hen gemotiveerd te houden:

- Hoe om te gaan met calamiteiten;
- Hoe maak je de dag fantastisch voor de bezoeker;
- Hoe behandel je welke bezoeker;
- Eventuele bijscholing omtrent kunst voor enkele vrijwilligers of omtrent andere onderwerpen die georganiseerd worden door het Langhuis of relevant zijn voor hen.

Het kan best voorkomen dat er personeel is dat niet geschoold wil worden, dan dient hier rekening mee gehouden te worden.

Belonen van vrijwilligers

Denk aan kleine geschenken op bepaalde feestdagen (als een kerstpakket) en een leuk presentje als iemand jarig is als blijk van waardering.

Vrijwilligersvergoeding

Advies is om dit niet te hanteren. Mocht dit wel het geval zijn niet boven de €2 euro in het uur uit te komen. Er wordt eerder geadviseerd om de vrijwilligers te belonen en niet een uurloon te hanteren.

Werven van vrijwilligers

Opties hiervoor zijn de onderstaande opties:

- Laat mensen weten dat je nieuwe vrijwilligers nodig hebt;
 - o Zorg dat iedereen binnen de organisatie dit weet en zich hier ook verantwoordelijk voor voelt om eventueel me te helpen met het zoeken naar nieuwe vrijwilligers. Dit om sneller kandidaten te kunnen verkrijgen.
- Werf selectief. Op het moment dat je aangeeft dat iedereen welkom is, komt er niemand. Dit komt, omdat niemand zich hiermee aangesproken voelt. Denk hierbij aan volgende punten:
 - o Waarom heb ik de vrijwilligers nodig?
 - o Welke taken/activiteiten moeten de vrijwilligers uitvoeren?
 - o Wat moet iemand hiervoor kunnen?

Dit kan zo scherp en selectief mogelijk worden gemaakt, als gewenst. Afbakenen kan ook op het gebied van leeftijd, kennis, interesses, passend in het team (of juist totaal niet), betrouwbaarheid, motivatie en dergelijke.

- Wees duidelijk wat je oplevert. Wat zijn de beloningen voor de nieuwe vrijwilligers? Wat zijn de leuke activiteiten die gedaan worden et cetera;
- Beslis waar je de verwervingsboodschap wilt neerzetten. De krant? Online media? En dergelijke;
- Zorg dat het Langhuis goed te bereiken is: zowel op de e-mail, telefoon en dergelijke;
- Geef nieuwe vrijwilligers een warm welkom.

Kosten betaalde krachten

Het minimummaandloon van een vaste kracht komt neer op: €1006,86. Dit is exclusief vakantiegeld, premies en/of andere toeslagen.

Personeelsplanning

Om een goede bezetting te hebben is daar goede personeelsplanning voor nodig. Dit kan uiteraard met behulp van software. De voordelen hiervan zijn dat de beschikbaarheid en afwezigheid van personeel in het rooster wordt getoond. De verwachte personeelskosten en de ingeroosterde uren zijn zichtbaar, zodat de planner inzicht heeft in de bezetting. De software draait online, waardoor het personeel met de mobiele app of met de computer/tablet het werkrooster kan raadplegen. Er kunnen planningen gemaakt worden voor langere periodes. De kosten van dit planningssysteem zijn verschillend, dit is afhankelijk van de aanbieder.

Personeelsvoorziening

Goed functionerend personeel en/of vrijwilligers heeft goede voorzieningen nodig. Zorg dat de benodigde voorzieningen als een koffiezetapparaat en dergelijke aanwezig is.

Personeelsbeoordeling

Vraag nu en dan hoe het personeel/vrijwilligers het werk en de arbeidsomstandigheden vinden. Tips en meningen van personeel/vrijwilligers zijn van essentieel belang. Zij zijn immers alle dagen op de werkvloer en zien met hun eigen ogen hoe het Langhuis presteert, waar klanten over klagen of complimenten over geven en wat de bezoekers voor wensen hebben.

Functioneringsgesprekken zijn erg handig. Dit is een belangrijk middel om te onderzoeken hoe het personeel presteert, waar sturing nodig is of dat zij goed met collega vrijwilligers/personeel om kunnen gaan en waarom wel of niet.

Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen gegeven van de bovenstaande punten. De aanbevelingen zijn de volgende punten:

- Geen vrijwilligersvergoeding hanteren. Mocht je namelijk 4 vrijwilligers per uur inzetten, kost je dit alleen al €18 euro per uur. Mocht het Langhuis dit wel willen, zou het advies zijn om niet boven de €2 per uur te gaan zitten. Onze aanbeveling zou één van de volgende aspecten zijn:
 - o Geschenken (incentives) bij bijzondere momenten, gelegenheden of feestdagen.
 - Een kerstpakket elk jaar;
 - Met de verjaardag van een vrijwilligers een dinercheque o.i.d. cadeau doen);
 - Afspraken maken met lokale bedrijven dat vrijwilligers van het Langhuis met korting ergens kunnen sporten, eten of iets in deze trant.
- Zorg dat de tips voor de werving van personeel goed wordt gehanteerd om werving te vergroten;
- Een strakke en heldere planning zorgt voor zekerheid van aanwezigheid van personeel. Zij weten duidelijk wanneer ze waar moeten zijn. Een app kan hier bijvoorbeeld ook ondersteuning aan bieden;
- Zorg voor de juiste personeelsvoorzieningen als koffiezetapparaten;
- Zorg dat personeel de mogelijkheid krijgt om elkaar en zichzelf te beoordelen en zorg voor nu en dan functioneringsgesprekken;
- Motiveer vrijwilligers door het geven van bijvoorbeeld workshops.

2. Inleiding

Het Langhuis is bezig met een doorstart. Zij willen een plan ontwikkelen om een grote groei te maken, waarbij zij ook financieel er flink op vooruit willen gaan. Zij willen meer bezoekers trekken in de toekomst. Hiervoor is een personeelsbeleid nodig. In dit document staat beschreven hoe onder andere de inzet van vrijwilligers gehanteerd kunnen worden, vaste kosten per werknemer in 2019 over het algemeen (dit om een richting te krijgen wat het bedrag ongeveer zal worden) enzovoort.

In hoofdstuk 3 kan men lezen hoe je vrijwilligers motiveert, beloond en kan werven, inclusief de praktische tips.

In hoofdstuk 4 worden de kosten van de betaalde krachten berekend. Dit is gebaseerd op gegevens van 2019. Er zijn alleen in dit jaartal nog geen specifieke Cao's beschikbaar voor specifieke branches. Verder wordt in dit hoofdstuk verder toegelicht hoe de personeelsplanning er uit komt te zien waarna een stukje over de personeelsvoorzieningen en beoordelingen wordt uitgelegd. Dit valt ook weer voor een gedeelte onder de vrijwilligers.

In hoofdstuk 5 valt af te lezen wat de aanbevelingen zijn die Clever Solutions maakt deze zijn kort en bondig opgesomd.

In het hoofdstuk 6 is de bibliografie opgesteld. Hierin staan alle bronnen die gebruikt zijn gedurende dit onderdeel van het rapport.

3. Personeelsbeleid omtrent vrijwilligers

Dit personeelsbeleid is opgesteld om een optimale inzet en ontwikkeling van kennis en vaardigheden van medewerkers te realiseren. Dit geeft kansen om de interne kwaliteit voor het Langhuis te verhogen. Personeel die van bepaalde zaken af weet is namelijk weer erg handig om in te zetten op bepaalde evenementen/activiteiten. Het is belangrijk dat personeel/vrijwilligers gemotiveerd blijven voor de onderneming.

3.1. Motiveren van vrijwilligers

Je wilt uiteraard dat je vrijwilligers bij je blijven en zoveel mogelijk kan inzetten. Ze zijn immers gratis. Om de kwaliteit van het Langhuis hoog te houden, is het handig om personeel goed te scholen. Wanneer er bepaalde evenementen zijn, kan het Langhuis de vrijwilligers inzetten die hier het beste bij passen. Biedt dan bijvoorbeeld eens leuke workshops aan voor vrijwilligers.

Bijvoorbeeld:

- Hoe om te gaan met calamiteiten;
- Hoe maak je de dag fantastisch voor de bezoeker;
- Hoe behandel je welke bezoeker;
- Eventuele bijscholing omtrent kunst voor enkele vrijwilligers of omtrent andere onderwerpen die georganiseerd worden door het Langhuis of relevant zijn voor hen.

Het kan best voorkomen dat er personeel is dat niet geschoold wil worden, dan dient hier rekening mee gehouden te worden.

3.2. Belonen van vrijwilligers

Mensen willen graag gewaardeerd worden. Vrolijk en gemotiveerd personeel is vaak goed personeel, personeel dat er met heel zijn hart voor gaat. Een beloning hier en daar is daarom niet verkeerd. Er kunnen afspraken gemaakt kunnen worden met lokale partijen dat de vrijwilligers af en toe iets gratis op kunnen ophalen, of met korting en dergelijke. Ook wordt geadviseerd om jaarlijks bijvoorbeeld een leuk kerstpakket te geven. Dit kan eventueel ook met overleg van lokale partijen gedaan worden. Zij kunnen producten in de doos doen, wat ondernemingen wel voor een zacht prijsje of gratis willen doen om bijvoorbeeld hun eigen naamsbekendheid te verhogen. Je stimuleert op deze wijze gelijk namens het Langhuis de bedrijvigheid in Zwolle, maar houdt de kosten intern voor incentives laag.

3.2.1. Vrijwilligersvergoeding

Het langhuis kan er voor kiezen om vrijwilligers een bepaalde vergoeding te geven. Vrijwilligers die zich extra inzetten en veel uren maken, hiervoor nog extra te belonen. Dit kan een stimulans zijn voor de overige vrijwilligers om er voor te zorgen dat zij zich nog meer zullen inzetten voor het Langhuis.

Er zijn punten waar het Langhuis dan op moet letten mochten zij vrijwilligersvergoeding willen inzetten, zodat deze persoon geen belasting hoeft te betalen:

- Bij uurvergoeding afspraken 22 jaar: mag een vergoeding maximaal €4,50 per uur zijn, met een maximum van €150 per maand en €1500 per jaar;
- Bij uurvergoeding afspraken jonger 22 jaar: mag een vergoeding maximaal €2,50 per uur zijn, met een maximum van €150 per maand en €1500 per jaar;
- U ontvangt een vergoeding die zo laag is dat u voor uw inzet per uur een vergoeding ontvangt. U hebt niet afgesproken dat u voor uw inzet per uur een vergoeding ontvangt. Dan mag de vergoeding ook, nogmaals maximaal €150 per maand en €1500 per jaar zijn. Deze maximumbedragen gelden voor het totaal van de vergoeding voor uw inzet.

3.2.2. Vrijwilligersvergoeding in combinatie met een bijstandsuitkering

Vanaf 1 april 2017 zijn de regels veranderd omtrent vrijwilligers vergoeding in combinatie met een bijstandsuitkering. Vanaf dit moment krijgt het personeel van het Langhuis de bijstandsuitkering en daarnaast een vergoeding voor vrijwilligerswerk vanaf 1 april 2017. De hoogte van de uitkering veranderd niet als de vrijwilligersvergoeding niet hoger is dan € 150 per maand en € 1.500 per jaar.

(Belastingdienst, 2018)

3.2.3. Loon- en inkomstenbelasting

Als de vrijwilliger van het Langhuis meer ontvangt dan een vergoeding van € 4,50 per uur (of € 2,50 per uur), € 150 per maand of € 1.500 per jaar. Dan wordt er vanuit gegaan dat er sprake is van een vergoeding die in verhouding staat tot de omvang en het tijdsbeslag van uw werk. Deze vergoeding is belast voor de loon- en inkomstenbelasting.

(Belastingdienst, 2018)

3.3. Werven van vrijwilligers

Mensen komen, mensen gaan. Het is daarom voor het bestuur verstandig om te weten en in kaart te brengen hoeveel vrijwilligers je nodig hebt en hoeveel extra vrijwilligers je op bepaalde evenementen in moet zetten. Er moet rekening gehouden worden dat vrijwilligers ingewerkt moeten worden en dat het duidelijk is wat er van de vrijwilliger wordt verwacht. Er zullen altijd wel vrijwilligers zijn die geïnteresseerd zijn voor ontwikkeling en kennis op bepaalde gebieden. Dit kan erg handig zijn voor de evenementen die het Langhuis wil gaan organiseren. Mocht de vrijwilliger niet doen wat er van hem of haar wordt verwacht, moet het Langhuis het dienstverband beëindigen met hem of haar. Zorg dat je de regels concreet hebt, dat men hierover niet in discussie kan gaan. Een personeelshandboek of vrijwilligershandboek zou dan in dit geval nodig zijn. Dit zou het Langhuis naar eigen inzichten moeten opstellen. Wel is het belangrijk dat er niet te streng gecommuniceerd wordt, het zijn immers vrijwilligers geen medewerkers.

(Belastingdienst, 2018)

3.3.1. Hoe werf je vrijwilligers? Praktische tips

Om vrijwilligers te werven, moet men weten dat je vrijwilligers zoekt. Opties hiervoor zijn de onderstaande opties:

- Laat mensen weten dat je nieuwe vrijwilligers nodig bent;
 - o Zorg dat iedereen binnen de organisatie dit weet en zich hier ook verantwoordelijk voor voelt om eventueel me te helpen met het zoeken naar nieuwe vrijwilligers. Dit om sneller kandidaten te kunnen verkrijgen.
- Werf selectief. Op het moment dat je aangeeft dat iedereen welkom is, komt er niemand. Dit komt, omdat niemand zich hiermee aangesproken voelt. Denk hierbij aan volgende punten:
 - o Waarom heb ik de vrijwilligers nodig?
 - o Welke taken/activiteiten moeten de vrijwilligers uitvoeren?
 - o Wat moet iemand hiervoor kunnen?

Dit kan zo scherp en selectief mogelijk worden gemaakt, als gewenst. Afbakenen kan ook op het gebied van leeftijd, kennis, interesses, passend in het team (of juist totaal niet), betrouwbaarheid, motivatie en dergelijke.

- Wees duidelijk wat je oplevert. Wat zijn de beloningen voor de nieuwe vrijwilligers? Wat zijn de leuke activiteiten die gedaan worden et cetera;
- Beslis waar je de verwervingsboodschap wilt neerzetten. De krant? Online media? En dergelijke;
- Zorg dat het Langhuis goed te bereiken is: zowel op de e-mail, telefoon en dergelijke;
- Geef nieuwe vrijwilligers een warm welkom.

- (Kamerbeek, sd)

4. Kosten betaalde krachten

Via de website van de Rijksoverheid kan berekend worden wat het minimum uurloon is. In de tabel is de leeftijd van 22 jaar ingevuld, als deze met oudere leeftijden wordt ingevuld komt hetzelfde bedrag hier ook uitvloeien.

Tabel 1 Gegevens ingevuld op de Rijksoverheid site

Leeftijd	Aantal uur per week	Fulltime werkweek in deze branche/sector
Vanaf 22 jaar	24 (3 dagen van 8 uur)	38 uur

Tabel 2 Bruto minimumloon op basis van bovenstaande gegevens

Bruto minimumloon			
Per maand	Per week	Per dag	Per uur
€1006,86	€232,36	€46,47	€9,69

Toelichting:

- Het minimumloon is exclusief 8% vakantietoeslag;
- Voor elk uur dat u overwerkt hoort u minimaal het minimumloon per uur te krijgen. Hier komt 8% vakantietoeslag bovenop;
- Het minimumloon is een bruto bedrag. Wat u precies netto overhoudt, hangt af van de belastingen en premies die u moet betalen. Dit is voor iedereen anders;
- Het minimumloon verandert elk jaar op 1 januari en 1 juli;
- De berekende bedragen zijn naar boven afgerond op 2 cijfers achter de komma.

Dit zijn de brutobedragen per 1 juli 2018.

(Rijksoverheid, 2018)

Per maand zullen de kosten van junior werknemers dus bruto rond de €1006,86 per maand zijn. Het kan zijn dat dit anders uitvalt per branche. Deze informatie zou het Langhuis moeten opvragen.

De bedragen zijn anders in 2019. Deze gelden overigens wel voor een fulltime werkweek. Zie onderstaande tabel:

Tabel 3 Minimumloon per uur voor fulltime werkweek van 36, 38 en 40 uur (bruto bedragen per 1 januari 2019)

Leeftijd	Per maand	Per week	Per dag	Per uur
22 jaar en ouder	€ 1.615,80	€ 372,90	€ 74,58	36 uur: €10,36 38 uur: €9,82 40 uur: €9,33

Er moet wel rekening gehouden worden dat bovenstaande bedragen de algemene bedragen zijn en niet specifiek gericht op een bepaalde branche.

4.1. Personeelsplanning

Om een goede bezetting te hebben is daar goede personeelsplanning voor nodig. Dit kan uiteraard met behulp van software. De voordelen hiervan zijn dat de beschikbaarheid en afwezigheid van personeel in het rooster wordt getoond. De verwachte personeelskosten en de ingeroosterde uren zijn zichtbaar, zodat de planner inzicht heeft in de bezetting. De software draait online, waardoor het personeel met de mobiele app of met de computer/tablet het werkrooster kan raadplegen. Er kunnen planningen gemaakt worden voor langere periodes. De

kosten van dit planningssysteem zijn verschillend, dit is afhankelijk van de aanbieder.
<https://www.personeelssysteem.nl/> hanteert bijvoorbeeld maandelijkse kosten van €3 euro per gebruiker per maand, waarbij de eerste maand gratis is.

Het Langhuis heeft 1 betaalde kracht. Deze medewerker zal fondsenwerving voor programma's, netwerken voor samenwerking, programma's ontwikkelen en lijnen uitzetten voor de PR, Er is aangenomen dat er 35 vrijwilligers zijn die bij het Langhuis diensten verleend.

Het is van belang om te weten hoeveel uren zij zich willen inzetten, welke dagen zij beschikbaar zijn en of ze bij bepaalde activiteiten extra willen helpen. De drukste momenten voor het Langhuis zijn vrijdag tot en met zondag. Hier dient in de personeelsplanning rekening mee worden gehouden. Mochten er geen bijzondere activiteiten gehouden worden kan er een planning worden gehanteerd zoals onderstaand staat aangegeven.

Tabel 4 Voorbeeld planning van vrijwilligers

Datum	Dag	Activiteit	Planning januari						
			Wie						
	Dinsdag		V. 1	V.2	V.3	V.4			
	Woensdag		V.5	V.6	V.7	V.8	V.9		
	Donderdag		V.10	V.11	V.12	V.13	V.14		
	Vrijdag		V.15	V.16	V.17	V.18	V.19	V.20	V.21
	Zaterdag		V.22	V.23	V.24	V.25	V.26	V.27	V.28
	Zondag		V.29	V.30	V.31	V.32	V.33	V.34	V.35
	Dinsdag		V. 1	V.2	V.3	V.4			
	Woensdag		V.5	V.6	V.7	V.8	V.9		
	Donderdag		V.10	V.11	V.12	V.13	V.14		
	Vrijdag		V.15	V.16	V.17	V.18	V.19	V.20	V.21
	Zaterdag		V.22	V.23	V.24	V.25	V.26	V.27	V.28
	Zondag		V.29	V.30	V.31	V.32	V.33	V.34	V.35
	Dinsdag		V. 1	V.2	V.3	V.4			
	Woensdag		V.5	V.6	V.7	V.8	V.9		
	Donderdag		V.10	V.11	V.12	V.13	V.14		
	Vrijdag		V.15	V.16	V.17	V.18	V.19	V.20	V.21
	Zaterdag		V.22	V.23	V.24	V.25	V.26	V.27	V.28
	Zondag		V.29	V.30	V.31	V.32	V.33	V.34	V.35
	Dinsdag		V. 1	V.2	V.3	V.4			
	Woensdag		V.5	V.6	V.7	V.8	V.9		
	Donderdag		V.10	V.11	V.12	V.13	V.14		
	Vrijdag		V.15	V.16	V.17	V.18	V.19	V.20	V.21
	Zaterdag		V.22	V.23	V.24	V.25	V.26	V.27	V.28
	Zondag		V.29	V.30	V.31	V.32	V.33	V.34	V.35
	Dinsdag		V. 1	V.2	V.3	V.4			
	Woensdag		V.5	V.6	V.7	V.8	V.9		
	Donderdag		V.10	V.11	V.12	V.13	V.14		
	Vrijdag		V.15	V.16	V.17	V.18	V.19	V.20	V.21
	Zaterdag		V.22	V.23	V.24	V.25	V.26	V.27	V.28
	Zondag		V.29	V.30	V.31	V.32	V.33	V.34	V.35

Personeel bij activiteiten

Bij bepaalde activiteiten moeten er meer vrijwilligers worden ingezet. Hier is in de planning rekening mee gehouden. Er is vanuit gegaan dat de meeste activiteiten in de weekenden voorkomen. Vandaar dat hier de meeste vrijwilligers worden ingezet. Er kan nog geen verdere planning gemaakt worden, omdat er nog essentiële gegevens ontbreken:

Per vrijwilliger moet duidelijk zijn welke dagen hij/zij kan werken en hoeveel dagen of uur hij/zij wil werken in een bepaalde periode;

- o De personele bezetting is op dit moment opgesteld op basis van dagen. Indien er niet duidelijk is wie wanneer kan werken, kan het zijn dat er moet worden overgegaan op een bezetting op uur basis. Dit kan als de vrijwilligers alleen maar dagdelen willen werken in plaats van hele dagen.
- o Het is noodzakelijk om te weten of het Langhuis op feestdagen/bijzondere dagen open is. Mochten zij open zijn op bepaalde feestdagen/bijzondere dagen, dan is het goed om te weten welke vrijwilligers beschikbaar zijn. Niet elke vrijwilliger wil met een feestdag/bijzondere dag werken.
- o Iedere vrijwilliger heeft bepaalde bijzondere dagen die hij/zij niet wil werken in verband met persoonlijke omstandigheden. Dit kan bijvoorbeeld een verjaardag of trouwdag zijn. Hier moet in de planning rekening mee worden gehouden.
- o Het is goed om te weten welke dagen de vrijwilligers reserve kunnen staan. Hierdoor wordt er een stabiele bezetting gecreëerd. Als iemand onverwacht ziek is geworden of toch niet meer kan, kan er altijd een andere vrijwilliger worden ingezet.
- o Het moet duidelijk zijn welke kwaliteiten elke vrijwilliger heeft. Als er een activiteit plaatsvindt, moet er wel kwalitatief bekwame vrijwilligers aanwezig zijn om de activiteit in goede banen te leiden.

4.2. Personeelsvoorziening

Goed functionerend personeel en/of vrijwilligers heeft goede voorzieningen nodig. Stel dat het Langhuis ook koffie en thee gaat verkopen, dan zouden zij een goedwerkende koffie en theemachine nodig hebben, maar ook een goedwerkende kassa. Houd duidelijk en goed voor ogen wat het Langhuis wil bereiken en wat zij willen gaan aanbieden en pas hier duidelijk en helder de voorzieningen op aan. Zonder koffieapparaat kun je immers geen koffie verkopen. Het is dus belangrijk ten opzichte van de toekomstscenario's dat je de attributen tot je beschikking hebt die nodig zijn voor de activiteiten.

4.3. Personeelsbeoordeling

Vraag nu en dan hoe het personeel/vrijwilligers het werk en de arbeidsomstandigheden vinden. Tips en meningen van personeel/vrijwilligers zijn van essentieel belang. Zij zijn immers alle dagen op de werkvloer en zien met hun eigen ogen hoe het Langhuis presteert, waar klanten over klagen of complimenten over geven en wat de bezoekers voor wensen hebben.

Functioneringsgesprekken zijn erg handig. Dit is een belangrijk middel om te onderzoeken hoe het personeel presteert, waar sturing nodig is of dat zij goed met collega vrijwilligers/personeel om kunnen gaan en waarom wel of niet. Deze informatie is van belang, omdat tevreden personeel/vrijwilligers beter presteren dan niet tevreden personeel/vrijwilligers.

5. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen gegeven van de bovenstaande punten. De aanbevelingen zijn de volgende punten:

- Geen vrijwilligersvergoeding hanteren. Mocht je namelijk 4 vrijwilligers per uur inzetten, kost je dit alleen al €18 euro per uur. Mocht het Langhuis dit wel willen, zou het advies zijn om niet boven de €2 per uur te gaan zitten. Onze aanbeveling zou één van de volgende aspecten zijn:
 - o Geschenken (incentives) bij bijzondere momenten, gelegenheden of feestdagen.
 - Een kerstpakket elk jaar;
 - Met de verjaardag van een vrijwilligers een dinercheque o.i.d. cadeau doen);
 - Afspraken maken met lokale bedrijven dat vrijwilligers van het Langhuis met korting ergens kunnen sporten, eten of iets in deze trant.
- Zorg dat de tips voor de werving van personeel goed wordt gehanteerd om werving te vergroten;
- Een strakke en heldere planning zorgt voor zekerheid van aanwezigheid van personeel. Zij weten duidelijk wanneer ze waar moeten zijn. Een app kan hier bijvoorbeeld ook ondersteuning aan bieden;
- Zorg voor de juiste personeelsvoorzieningen;
- Zorg dat personeel de mogelijkheid krijgt om elkaar en zichzelf te beoordelen en zorg voor nu en dan functioneringsgesprekken;
- Motiveer vrijwilligers door het geven van bijvoorbeeld workshops.

6. Bibliografie

- Artez. (2018). *Artez*. Opgeroepen op december 4, 2018, van <https://www.artez.nl/dit-is-artez/wie-zijn-wij/onderwijs>
- Belastingdienst. (2018). *Vrijwilligersvergoedingen*. Opgeroepen op November 20, 2018, van Belastingdienst: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/prive/werk_en_inkomen/werken/werken-als-vrijwilliger/vrijwilligersvergoedingen/vrijwilligersvergoedingen
- Buurtmonitor, Z. (2018). *Buurtmonitor Zwolle*. Zwolle, Overijssel, Nederland. Opgeroepen op november 19, 2018
- Consultancy Newcom Research & Consultancy B.V. (2017). *Nationale Social Media Onderzoek 2017*. Opgeroepen op december 3, 2018, van <https://www.vonkfactor13.nl/wp-content/uploads/Newcom-Nationale-Social-Media-Onderzoek-2017.pdf>
- de Lange, I. (2018, september 28). Interview RTV Oost. (R. Oost, Interviewer) Zwolle, Overijssel, Nederland. Opgeroepen op november 21, 2018, van <https://m.rtvooost.nl/nieuws/299490/Herman-Brood-Museum-Leuk-dat-zijn-werk-juist-in-Zwolle-nu-permanent-te-vinden-is>
- Experience, H. B. (2017, april). *Herman Brood Experience*. Opgeroepen op november 20, 2018, van Herman Brood Experience: <https://www.hermanbroodexperience.nl/info-herman-brood-experience/over-ons/>
- Experiment&ernst. (2018). *Experiment&ernst*. Zwolle. Opgeroepen op december 4, 2018
- Fraterhuis, F. h. (2017). *Fraterhuis*. Opgeroepen op november 21, 2018, van filmtheater het fraterhuis : <https://www.filmtheaterfraterhuis.nl/kassa/organisatie>
- fundatie, M. d. (2018). Zwolle. Opgeroepen op november 21, 2018, van https://www.museumdefundatie.nl/user/file/mus5206_jaarverslag_mdf_2017_web.pdf
- Godin, S. (2018). *This is Marketing, You Can't Be Seen Until You Learn To See*. Amerika: Penguin Books Ltd. Opgeroepen op december 3, 2018
- Kamerbeek, S. (sd). *Werven van vrijwilligers - 12 tips voor succesvolle werving*. Opgeroepen op December 3, 2018, van https://www.kennisbankvrijwilligerswerk.nl/sites/default/files/instrumenten/werven_van_vrijwilligers.pdf
- magazine, P. (2016, 12 8). *plusonline*. Opgeroepen op november 19, 2018, van plus magazine: <https://www.plusonline.nl/special-artikelen/seniorenkorting>
- museum de fundatie*. (2018). Opgeroepen op november 21, 2018, van museum de fundatie: <https://www.museumdefundatie.nl/>
- Nende kunst*. (2018). Opgeroepen op november 21, 2018, van Nende kunst: <https://nendekunst.nl/>
- Rijksoverheid. (2018). *Bedragen minimumloon 2019*. Opgeroepen op December 3 , 2018, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/bedragen-minimumloon/bedragen-minimumloon-2019>

Rijksoverheid. (2018). *Rekenhulp: minimumloon berekenen*. Opgeroepen op December 3, 2018, van Rijksoverheid:
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/minimumloon/rekenhulp-minimumloon-berekenen>

Verheggen, P. (2013). MARKETINGHIGHLIGHT: Het Mentality-model van Motivaction. *Kotler, P. Principes van marketing, 6e*, 251-252. Amsterdam: Pearson. Opgeroepen op november 23, 2018, van www.motivaction.nl

visit Zwolle. (2018). Opgeroepen op december 3, 2018, van visit Zwolle:
<https://www.visit zwolle.com/kunst-cultuur/musea-en-galeri%C3%ABn/>

visit zwolle. (2018). *visit zwolle*. Opgeroepen op november 20, 2018, van visit zwolle:
<https://www.visit zwolle.com/kunst-cultuur/musea-en-galeri%C3%ABn/24673-Atelier-Knikker/>

Zeegelaar. (2017). *Zwolle bij de hand*. Opgeroepen op november 19, 2018, van Zwolle bij de hand: https://www.zwolle.nl/sites/default/files/zwolle_bij_de_hand_2014.pdf

Zwolle informatiesite. (2017). Opgeroepen op november 21, 2018, van
<https://www.zwolle.nl/wonen-en-leven/wijken/binnenstad/uitgelicht/gemeente-steunt-vernieuwingsplan-voor-grote-kerk>

Bijlage 6 Het team van Het Langhuis

Het team van Het Langhuis

Het Langhuis heeft 1 FTE als betaalde kracht. Dit kunnen twee medewerkers zijn. De werkzaamheden voor deze FTE zijn als volgt: fondsenwerving voor programma's, netwerken voor samenwerking, programma's ontwikkelen en lijnen uitzetten voor de PR. Deze betaalde krachten worden ondersteund door vrijwilligers. Er is aangenomen dat er 35 vrijwilligers zijn die bij het Langhuis diensten verleend.

Het Langhuis heeft een groot scala aan vrijwilligers die veel activiteiten uitvoeren en diensten leveren. Om het geheel structuur te brengen, om de programmering te ontwikkelen, fondsen te werven, meer naamsbekendheid te creëren en samenwerking te ontwikkelen is het van belang dat Het Langhuis een betaalde kracht aanneemt. Hieromheen kunnen verschillende teams gevormd worden om de verschillende takken van sport uit werken en te voeren. Te denken valt aan:

- Commissie Suppoosten
- Commissie Fondsenwerving
- Commissie Faciliteit & Techniek
- Commissie PR & Communicatie
- Expositiecommissie
- Werkgroep Activiteiten en banenpool commissie

Hieronder zijn de verschillende commissies toegelicht.

Commissie Suppoosten

Het Langhuis wil werken met een hechte groep suppoosten die zich voor langere tijd aan Het Langhuis verbindt. Het takenpakket van de suppoosten is omschreven in de functieomschrijving beschreven door Het Langhuis. Alle suppoosten moeten beschikken over een BHV-certificaat, daarvoor volgen zij jaarlijks een BHV-cursus. Een aantal suppoosten moet over een EHBO-diploma beschikken. Zij moeten naast de BHV-cursus ook een EHBO-cursus volgen. Om een grotere betrokkenheid te krijgen bij Het Langhuis wordt er voor de suppoosten een activiteitenprogramma samengesteld. Ook kunnen suppoosten gratis of tegen een gereduceerd tarief deelnemen aan alle activiteiten die Het Langhuis organiseert.

De commissie beschikt voor de functie van coördinator suppoosten en suppoost over een profielschets waarin het takenpakket is beschreven. De commissie heeft beschreven welke zaken voorwaardelijk zijn voor de suppoost om zijn of haar werk te kunnen uitoefenen.

Commissie Fondsenwerving

De commissie Fondsenwerving wil met het bestuur een dekkingsplan realiseren voor de komende 5 jaar. In de financiering van Het Langhuis wordt onderscheid gemaakt tussen vaste en flexibele lasten. De vaste of basislasten betreft zaken als huur, gas, licht en water en overige vaste kosten. De 'flexibele' lasten zijn de lasten die nodig zijn om de exposities en de andere activiteiten te bekostigen. De commissie heeft een plan geschreven dat op 4 gebieden wil opereren:

1. Incidentele subsidies die aangevraagd worden voor een specifieke expositie of activiteit.
2. Subsidies voor een of twee jaar die beschikbaar zijn voor specifieke doelgroepen zoals bijvoorbeeld een senioren-of jeugdfonds. Gedurende de exposities zouden een aantal dagen gereserveerd kunnen worden voor zo'n specifieke doelgroep.
3. Vrienden van Het Langhuis. Een groep particulieren of bedrijven die door middel van een jaarlijkse donatie Het Langhuis financieel ondersteunen.
4. Lange termijn financiering door middel van sponsors.

Commissie Faciliteit & Techniek

Het Langhuis bevindt zich in een prachtig monumentaal pand dat eigendom is van de gemeente Zwolle. De staat van het pand moet vanbinnen en van buiten een professionele uitstraling hebben en tevens de geschiedenis van het pand borgen. Aan de buitenkant wordt het pand door de gemeente Zwolle onderhouden, de binnenkant is grotendeels de verantwoordelijkheid van de stichting. De inrichting van het pand moet efficiënt zijn en een passende uitstraling hebben. De technische installatie, waaronder de verlichting en verwarming, moet voldoen aan de (nieuwe) eisen. Om dit te realiseren is er een uitgebreid plan opgesteld.

Commissie PR & Communicatie

Het Langhuis wil goede persoonlijke relaties met lokale en nationale media waardoor er veel gratis publiciteit verkregen wordt in de vorm van aankondigingen, recensies, interviews etc. Er wordt intensief samengewerkt met andere (culturele) organisaties. Via een gebruiksvriendelijke website, Facebook en andere social media communiceert Het Langhuis naar buiten. De exposanten krijgen een eigen duidelijke rol in de communicatie. De commissie voert overleg met de lokale pers om een vaste column te krijgen. Vrienden en donateurs komen in een actief bestand en worden uitgenodigd voor de openingen van de tentoonstellingen, maar ook voor de andere culturele activiteiten. Het beeldmateriaal van Het Langhuis is eigenwijs, experimenteel en flexibel en heeft een eenduidige en herkenbare vormgeving. Om de overdracht van werkzaamheden goed te laten verlopen maakt de commissie een briefing met onder meer adressenbestanden, wachtwoorden, een handleiding voor de grafisch ontwerpers over het gebruik van de huisstijl en een format voor persberichten.

Expositiecommissie

Het Langhuis wil het expositieprogramma de komende jaren toespitsen op exposities van zowel jonge als gevestigde getalenteerde kunstenaars. Het Langhuis wil zich richten op toeristen die naar Zwolle komen vanwege het culturele aanbod in de stad. Met kwalitatief hoogstaande exposities wil Het Langhuis een aanvulling zijn op het bestaande museumaanbod in Zwolle. De ligging van Het Langhuis tussen belangrijke locaties in de stad speelt hierbij een rol. Een exposerende kunstenaar in de Fundatie zou tegelijkertijd een locatie gebonden installatie in Het Langhuis kunnen maken. Dat trekt een nieuw publiek.

De commissie wil eenmaal per jaar een verkoopexpositie organiseren. Daarnaast zullen ook tijdens andere exposities de tentoongestelde werken ter verkoop worden aangeboden. Activiteiten als rondleidingen, workshops en lezingen moeten de aandacht van de exposities vergroten.

Werkgroep Activiteiten en banenpool commissie Activiteiten

Het Langhuis moet een plek krijgen in de agenda van Zwollenaren die van cultuur houden. Om dat te bereiken wordt er per kwartaal een (cultureel) programma aangeboden rondom een thema. Dit is onderdeel van een jaaragenda die met alle commissies wordt opgesteld en aansluit bij andere culturele activiteiten (zoals festivals) in Zwolle. Het programma bestaat uit een Langhuisfeest waarin muziek en kunst samenkomen, een Langhuislezing, Socratische gesprekken en een documentaire of film, gecombineerd met muziek. Door het organiseren van educatieve activiteiten moeten ook scholieren en studenten hun plek in Het Langhuis vinden.

Afstemming is noodzakelijk met de diverse andere commissies. Om alle activiteiten onder de aandacht te brengen zal samenwerking gezocht worden met diverse partijen in Zwolle.

Banenpool

Dit onderdeel is nieuw. De Banenpool van het Langhuis is erop gericht dat Het Langhuis een actieve pool heeft van experts heeft waaruit geput kan worden als er verschillende activiteiten worden opgezet. De volgende pools worden voorgesteld:

- Pool kunstenaar > docent of trainer (kunstenaar voor de klas/ workshop)
- Pool kunstenaarscoach > voor het bedrijfsleven
- Pool kunstenaar adviseur (inrichten expositie/ verhuur kunst)
- Pool kunstenaar exposanten
- Pool: initiatiefnemers activiteiten
- Pool: bedrijven