

Beleidsplan 2018-2022 Stichting Kunst en Cultuur Grote Kerk Vianen

Oorspronkelijke versie: vrijdag 12 december 2014
Update 1: maandag 11 februari 2019

Voorlopige inhoudsopgave:

1. Inleiding
2. Doelen
3. Analyse
4. Vraagstukken
5. Werkwijze

Bijlagen

- Opzet PR-plan
- Opzet Marketing plan

1. Inleiding

De Stichting Kunst en Cultuur Grote Kerk Vianen is opgericht in februari 2012 op verzoek van het College van Kerkrentmeesters van de Grote Kerk Vianen.

Twee belangrijke opdrachten waren/zijn: het coördineren van de het werk van de bestaande werkgroepen en het commercieel verhuren van het gebouw.

Van belang hierbij was/is dat een Stichting wel en een werkgroep niet in aanmerking komt voor subsidie. Aan de Stichting is bij beschikking van de belastingdienst onder nummer 87 025 dd 29 augustus 2013, met terugwerkende kracht per 01 december 2012 de culturele ANBI-status toegekend.

In deze inleiding past een woord van dank en het uitspreken van erkentelijkheid aan alle werkgroepleden die zich de afgelopen jaren met enthousiasme hebben ingezet voor de activiteiten in de Grote Kerk. Het mag voor hen duidelijk zijn dat de Stichting niet hun werk over wil nemen, maar juist de samenwerking wil versterken. De coördinatie kan leiden tot een beter resultaat.

Om dit beleidsplan – dat een looptijd van vier jaar (2018-2022) heeft- compleet te maken en er draagvlak voor te vinden bij alle betrokkenen, is de inbreng van de werkgroepen onmisbaar. Vandaag accordering tijdens een gezamenlijk moment van overleg.

Voor de uitvoering zal nog steeds een grote groep vrijwilligers nodig zijn, groter dan thans het geval is. Het bestuur is zich ervan bewust dat de genoemde doelen alleen in samenwerking met velen bereikt kunnen worden.

2. Doelen

De activiteiten moeten leiden tot inkomsten en dienen om het hoofddoel te bereiken:

Hoofddoel is : het door middel van activiteiten op het gebied van kunst en cultuur uitbreiden van de gebruiksmogelijkheden van dit bijzondere kerkgebouw en daardoor de bekendheid vergroten, kunstuitingen aanbieden en de bij de aard van het gebouw passende commerciële activiteiten ontwikkelen. De culturele mogelijkheden en de betekenis van het kerkgebouw en de andere gebruiksmogelijkheden willen we bekend maken aan de inwoners van en bedrijven in Vianen (Vijfheerenlanden) en ook aan personen en instellingen/bedrijven daarbuiten.

Nevendoel is : geld bijeen brengen om – naast investeren in nieuwe activiteiten- de restauratie van het Grafmonument van de Brederodes mogelijk te maken.

Alle activiteiten moeten leiden tot bekendheid van de kerk als gebouw waarin veel mogelijk is (ook voor kinderen) door een veelheid aan activiteiten met een divers karakter: cultureel, educatief, ceremonieel, representatief. Ook die met een feestelijk karakter zijn mogelijk.

3. Analyse

Om de doelen te kunnen realiseren is het van belang om de gebruiksmogelijkheden van het kerkgebouw in beeld te hebben en goed zicht te hebben op de kansen die de culturele en commerciële markt in Vianen (Vijfheerenlanden) en omgeving te bieden heeft. Ook is het noodzakelijk om de organisatie en werkwijze te beschrijven zodat ook op dat vlak duidelijk is welke kansen en bedreigingen er voor de toekomst zijn.

Sterke/zwakke punten van het kerkgebouw

- Prachtig gebouw dat ruimte biedt voor 500 tot 700 mensen
- Goede bereikbaarheid
- Genoeg ruimte voor exposities, muziek- en dansuitvoeringen
- Zeer goed bespeelbaar en klinkend orgel (Thomas 2010)
- Akoestiek: goed voor muziek, minder goed voor het gesproken woord
- Er zijn plannen voor beamers, podia,

Kansen van de culturele en commerciële markt in Vianen (Vijfheerenlanden) en omgeving

- (Samenwerking met) het museum in Vianen
- VBK/ Open Atelierroute
- Festival voor de Oude muziek in Utrecht
- Orgels aan de Lek
- Ruimte voor beurzen, recepties
- Congressen, etc

Organisatie en werkwijze

De Grote Kerk van Vianen kent momenteel een aantal, niet commerciële gebruiksmogelijkheden, georganiseerd door bestaande werkgroepen:

- de openstelling van het gebouw (Werkgroep Open Kerk),

- het organiseren van muziekkuitvoeringen en aanverwante uitvoeringen (Werkgroep Muziekpodium),
- het organiseren van tentoonstellingen (Werkgroep Kerk en Kunst).

De werkgroepen {Open Kerk, Kerk en Kunst en Muziekpodium} hebben de afgelopen jaren goede en aansprekende activiteiten georganiseerd. De bemensing van de werkgroepen, die geheel uit vrijwilligers bestaat, is afgestemd op de huidige activiteiten.

Open Kerk heeft ervoor gezorgd dat de kerk gedurende 8 maanden een aantal dagdelen voor publiek toegankelijk is. Zo werd en wordt de historie getoond en verklaard, (aandacht voor Grafmonument en Heerenbank), kan de toren worden beklommen (tegen betaling) en worden er boeken en CD's verkocht. Elk jaar draagt de werkgroep - wat na aftrek van de kosten overblijft - af aan de Kerkrentmeesters voor restauratie van het praalgraf.

Kerk en Kunst verkrijgt zijn middelen uit de verkoop van koffie tijdens evenementen.

De stichting vult het budget van de werkgroep waar nodig aan tot een maximum van 1.000 euro per jaar. Bij bijzondere exposities, zoals in samenwerking met culturele partners, wordt subsidie aangevraagd bij vermogensfondsen. Een voorbeeld daarvan is de expositie tijdens het Brederodejaar, mede gefinancierd door het Mondriaan Fonds.

De werkgroep heeft tenminste tweemaal per jaar overleg met het stichtingsbestuur en heeft een eigen beleidsruimte in planning en uitvoering van zijn activiteiten.

Bij het zoeken naar onderwerpen staat tot heden het kerkelijk en/of religieus karakter van de kunst voorop. Toegang voor het publiek is vrij van kosten.

Muziekpodium.

De stichting heeft de plannen van de werkgroep moeten bijstellen wegens de te hoge kosten. Er is op basis van de aangepaste planning een goed muzikaal aanbod : zowel de zomerconcerten op zaterdagmiddag als de overige concerten bieden kwaliteit.

Zoals in de Inleiding is vermeld functioneert sinds 2012 *de Stichting Kunst en Cultuur Grote Kerk Vianen*.

Het bestuur bestaat thans uit vijf personen. Het voert het overleg met de werkgroepen en met alle andere belanghebbenden en 'klanten'; het bereidt het beleidsplan en de jaarplannen voor in samenwerking met (vertegenwoordigers van) de werkgroepen. Op basis van de onmisbare inbreng van de werkgroepen wordt het concept tot plan gemaakt , met vertegenwoordigers besproken en daarna vastgesteld. Het bestuur coördineert de activiteiten.

De Stichting had van het College van Kerkrentmeesters in 2012 een startkapitaal geleend van 2.500 euro. Vanaf het begin heeft het bestuur het standpunt ingenomen dat het niet te verantwoorden is dat collectegeld, verzameld tijdens de wekelijkse eredienst, wordt gebruikt om de Stichting voort te helpen. Thans beschikt de stichting over voldoende financiële buffers om de risico's van exploitatie te kunnen dragen, mede door de jaarlijkse subsidie van de gemeente Vianen.

4. Vraagstukken

Om de bekendheid van de kerk te vergroten en commerciële activiteiten te ontwikkelen wil de stichting Kunst en Cultuur Grote Kerk Vianen, samen met de bestaande werkgroepen actief aan de slag. Daarbij zullen de kansen en mogelijkheden worden benut. Er zullen ook de volgende vraagstukken aangepakt moeten worden.

a. Werkbudget

Het werkbudget is thans niet toereikend voor een 'doorbraak' waardoor de stichting zich geen dure uitvoeringen en activiteiten kan permitteren. Weinig geld leidt tot kleine activiteiten en die leveren weinig op terwijl ze wel veel inzet vragen.

De kerkrentmeesters willen investeren in andere inrichting en in de aanschaf van beamers. Realisatie van die plannen kan leiden tot een verruiming van de gebruiksmogelijkheden. De opgave voor de komende jaren is om het gebruik op commerciële basis te doen toenemen. Hiervoor wordt een marketingplan in de maak met een looptijd van twee jaar.

Ook zal intensiever worden gezocht naar subsidiemogelijkheden, sponsoring en donaties. De donateurs dragen nu al structureel bij; uitbreiding van het aantal donateurs is een belangrijke opdracht.

b. Vrijwilligers

Om de gebruiksmogelijkheden van de kerk te vergroten zal meer menskracht nodig zijn dan nu beschikbaar is in de werkgroepen en het stichtingsbestuur. Met de huidige bezetting van de werkgroep Open Kerk kan de kerk twee keer per week worden opengesteld. Het mag duidelijk zijn dat de kerk vaker open moet zijn als er meer (commerciële) gebruikers komen. Ook de beide andere werkgroepen zijn zonder uitbreiding van het aantal vrijwilligers niet in staat om meer kunstmanifestaties c.q. muzikuitvoeringen te organiseren.

Om een "doorbraak" in het gebruik van de kerk te bereiken zullen dus meer vrijwilligers aangetrokken moeten worden.

. Door samenwerking met de vrijwilligers van het Stichting Stedelijk Museum Vianen, realiseert de werkgroep Open Kerk per 2019 een openstelling van 4 middagen per week.

c. Basisinrichting van de kerk

Om meer (commerciële) gebruikers te kunnen aantrekken zal de basisinrichting van het gebouw verbeterd moeten worden. Daarbij moet gedacht worden beamers, schermen, een podium, geluidsinstallatie, etc. Dit is een punt van nader overleg met de Kerkrentmeesters. Ook het aanvragen van een startsubsidie is een goede mogelijkheid.

In nauwe samenwerking met de kerkrentmeesters werd de entree van het kerkgebouw gemoderniseerd en de koffiecorner aangepast.

d. Bekendheid Grote Kerk Vianen

Om de commerciële en culturele gebruiksmogelijkheden van de kerk te vergroten zal de bekendheid van het gebouw vergroot moeten worden en zullen de gebruiksmogelijkheden van het gebouw onder de aandacht gebracht moeten worden. Hiervoor is een apart PR plan in de maak.

5. Werkwijze

DOELEN, per vier jaar

Voor de komende vier jaar (2018 - 2022) is het doel:
het aanbieden van aansprekende culturele activiteiten en het aanpakken van de beschreven vraagstukken. (***NB nagaan of in de werkzaamheden van de werkgroepen al kan worden ingespeeld op de kansen die in het Analyse hoofdstukje zijn beschreven***)

Culturele activiteiten

Kerk en Kunst

Kerk en Kunst blijft haar tentoonstellingen organiseren. Voor de komende periode blijft ze bij het bepalen van het thema aansluiting zoeken bij het geformuleerde uitgangspunt van 'binding met de geloofsbeleving'. Echter, ook meer 'wereldse' thema's zijn bespreekbaar.

Steeds wordt aansluiting gezocht bij de hoofddoelstelling van de werkgroep uit het verleden: verzorgen van tentoonstellingen vanuit de beeld- en schilderkunst die liggen op het raakvlak van kerk, cultuur en samenleving en zo ook aandacht te schenken aan de bezinnende taak van de kerk voor de samenleving.

Thans geldt dat ook andere uitingen van beeldende kunst een plaats kan worden gegeven.

Muziekpodium

Muziekpodium heeft de volgende activiteiten: zomerconcerten, jaarlijks Requiem, orgelconcerten. Voor de concertbezoekers is altijd een programmaboekje beschikbaar met een duidelijke toelichting.

Ook heeft de werkgroep in 2012 een ultiem doel verwoord : in 2025 worden delen van het Festival Oude Muziek Utrecht uitgevoerd in de Grote Kerk Vianen; er is dan een partnerschap ontstaan. Deze ambitie is hoogst waarschijnlijk financieel niet realiseerbaar. Naast de aandacht voor klassieke (orgel)muziek zal Muziekpodium zich ook richten op andere muziekvormen die mensen /kinderen aanspreken. Ook combinaties zijn mogelijk; als voorbeeld noemen we de voorstelling over Barbar. Avonden met muziek en literatuur zullen worden aangeboden.

Open Kerk

Haar activiteiten blijven voortgaan. Naast de openstelling van de kerk is er door de uitleg over gebouw en geschiedenis een meerwaarde ontstaan voor de bezoekers.

Ook verkoopt de werkgroep de boeken die meer uitleg over gebouw en historie verschaffen. Door haar activiteiten heeft de Werkgroep niet gekozen voor een specifiek thema.

Jubileumjaar

In 2020 is het 75 jaar geleden dat de tweede wereldoorlog werd beëindigd. Om dat te herdenken zullen festiviteiten plaats vinden. De gezamenlijke werkgroepen van de Grote Kerk zijn van plan om mee te werken aan de organisatie van een tentoonstelling die als werktitel 75 jaar Bevrijding heeft.

Brederodejaar

2016 was het jaar van de Brederode-herdenking. De gezamenlijke werkgroepen van de Grote Kerk kijken met enige trots terug op hun inspanningen en zijn van mening dat niets

een volgend groots evenement in de weg staat. De samenwerking met de andere 'Brederode –plaatsen – Veenhuizen en Castricum – heeft de organisatorische vaardigheden positief beïnvloed. Wij kunnen wat, wij willen wat en dus doen we dat!

Aanpak vraagstukken

Aanvragen subsidie

Doel daarvan is het verbeteren van de basisinrichting van de kerk. Hierover moet nadere plan- en besluitvorming plaats vinden.

Aantrekken meer vrijwilligers

Doel daarvan is het vergroten van de armslag zodat meer activiteiten kunnen worden georganiseerd. Een (beknopt) actieplan moet worden voorbereid, in samenwerking met de werkgroepen.

Opstellen PR plan

Doel is het vergoten van de bekendheid van het kerkgebouw, met al zijn gebruiksmogelijkheden.

JAARPLANNEN 2018 ev

Deze plannen moet nader worden ingevuld. Voor 2018 liggen de activiteiten al achter ons, maar mogen als geslaagd worden bestempeld. De ambitie moet met hetzelfde vuur en vertrouwen worden vastgelegd en uitgevoerd. Ook zal de website aangepast en verbeterd worden. Urgente zaken moeten worden besproken met alle belanghebbenden en worden toegevoegd.

Bijlages: PR-plan en Marketingplan.

PR-PLAN (nog niet definitief)

Vooraf: voor de definitieve invulling is de inbreng van de werkgroepen van groot belang. Per werkgroep wordt (kort) het "product" benoemd en enkele doelgroepen die voor de activiteit belangstelling hebben en dat laten blijken middels bezoek. Ook wordt genoemd de PR-focus: hoe, met welk middel hen te bereiken.

Open Kerk

<u>Doel:</u>	openstelling gebouw, bekendheid historie, praalgraf
<u>Doelgroepen:</u>	Viaanse burgers;
	scholieren van basis- en voortgezet onderwijs;
	recreanten, toeristen
	belangstellenden voor het praalgraf en de geschiedenis; hierbij speciale aandacht voor studenten (kunst)geschiedenis.
	Permanente tentoonstelling Brederodes, Stad Vianen en de geschiedenis van het kerkgebouw.
<u>PR-focus:</u>	voor bezoekers van buiten en bij grotere events moet gewerkt worden via krant, historische verenigingen, RTV-Utrecht enz.

Kerk en Kunst

<u>Doel:</u>	kunstuitingen/ tentoonstellingen maken
<u>Doelgroepen :</u>	Viaanse burgers,
	bezoekers van buiten
	kunsthobbyisten en beoefenaars
<u>PR-focus:</u>	plaatselijke kranten (katern AD); kerkbladen

Muziekpodium

<u>Doel:</u>	muziek , concerten aanbieden
<u>Doelgroepen:</u>	Viaanse burgers
	Liefhebbers klassieke muziek orgelmuziek
	zangkoren / liefhebbers koormuziek
<u>PR-focus:</u>	plaatselijke kranten (katern AD) folders , breed verspreid

Opmerking:

In feite horen bij elke doelgroep een of meer 'communicatiekanalen', m.a.w.: hoe bereiken we deze groep. Het antwoord heb ik hier niet in detail gegeven. We zullen in de komende jaren twee onderdelen blijvend moeten bewerken: jaarlijks, min of meer vaststaande activiteiten (zichtbaar in jaaragenda) met daarbij passende PR-activiteiten en 'unieke' activiteiten die om een eigen PR-activiteit vragen.

Vanuit de werkgroepen is aandacht gevestigd op de mogelijkheden van de Oldtimerdag, de Sleepbootdagen, de Toneelroute en de Paardenmarkt.

Stichtingsactiviteit

<u>Doel:</u>	commerciële verhuur
<u>Doelgroepen:</u>	Particulieren, bedrijven en instellingen
Experiment	De akoestische mogelijkheden van het gebouw beter uitbaten, ook als repetitieruimte voor orkesten en experimenteren met Pianoconcerten.

{opmerking: in onze folder worden diverse voorbeelden van instellingen genoemd;
Voor de benadering van deze potentiële klanten moet volgens een marketingplan worden gewerkt. In dat plan geef ik een voorzet.}

OPZET MARKETINGPLAN (oorspronkelijk - is nog niet nader uitgewerkt)

Vooraf:

Marketing hoort bij een bedrijf, en dat zijn we op de een of andere manier ook. In de doelstelling staat beschreven wat we de komende jaren willen. Hierna zijn die “vertaald” naar een aantal marketingtermen.

Analyse

Extern:

Welke kansen en bedreigingen zijn er? Waar liggen onze groeikansen? Hoe bekend zijn we (= de Grote Kerk) als plaats voor een culturele en commerciële activiteit? Contacten in en buiten Vianen moeten worden gelegd of vernieuwd.

Intern:

Van belang is hier de goede samenwerking met de Werkgroepen (elkaar tijdig informeren; naar buiten optreden als eenheid.)

Veel verbindingen/contacten moeten worden gelegd en zijn daardoor ook extern gericht. De samenwerking met de kosters past hier als aandachtspunt, evenals de relatie met het College van Kerkrentmeesters. (Thans fungeert de heer T. Stijsiger als contactpersoon namens de kerkrentmeesters).

Van de genoemde doelen is de haalbaarheid niet onderzocht; nader intern overleg moet die uitwijzen en de uitkomst daarvan kan dus leiden tot bijstelling van de doelen.

Strategische verkenning en Communicatie

Waar liggen onze mogelijkheden om klanten te winnen? Welke bedrijven/ instellingen komen in aanmerking voor benadering? En welke vorm kiezen we hiervoor? Folder, email, persoonlijk bezoek?

Doel: in 2015 hebben we 10 instellingen/bedrijven benaderd en zijn hun behoeften en onze mogelijkheden besproken.

Merk en product

Feitelijk is de stichting het merk, met een schitterend beeldmerk: het prachtig kerkgebouw (met een uniek object) met een representatieve meerwaarde.

Het Product : bijeenkomsten op maatschappelijk en cultureel gebied in een uniek gebouw, de Grote Kerk Vianen.

Voorbeelden zijn o.a. : uitreiking Koninklijke Onderscheidingen; een boekpresentatie; een kindervoorstelling zoals Babar; concerten; openstelling voor publiek, recepties, congressen, jubilea enz.

Prijsbepaling en Budget.

Direct verbonden met het bovenstaande is de prijs: wat zijn potentiële klanten bereid te betalen?

Welke kwaliteit kunnen we bieden en wat moet daar nog verbeterd worden?

Welk budget [investeringsmogelijkheden] heeft de stichting hier in samenwerking met de kerkrentmeesters?

Doel: in 2015 weten welk budget beschikbaar is om het gebouw beter verhuurbaar te maken.

Ook hebben we (indien nodig) een aangepaste prijslijst.

Afsluitend het volgende: in het marketingplan behoort ook te worden verwerkt welke inkomsten je verwacht door dit plan te realiseren. Daar is op dit moment geen zicht op.