

je maakt het in cultuurhuis heerlen



VOORAF



Dit plan is het resultaat van een aantal weken van gesprekken met de partners en stakeholders van Cultuurhuis Heerlen, met het team en het bestuur.

Het is op basis van de adviezen van ondergetekende een gedragen plan geworden dat doorbouwt op dat wat er goed gaat in Cultuurhuis Heerlen en richting geeft aan de koers en de focus voor de komende jaren conform de opdracht van bestuur en Gemeente Heerlen.

Namens het bestuur van Stichting Cultuurhuis Heerlen,
MtS cultuuradvies
Marcel 't Sas

**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**



KORT SAMENGEVAT IN STEEKWOORDEN KOMEN IN DIT DOCUMENT ACHTEREENVOLGENS AAN DE ORDE:

1 VISIE 3

Informele huiskamer voor de georganiseerde en ongeorganiseerde amateurkunsten.

Identiteit Cultuurhuis Heerlen, de aanpak van het Cultuurhuis Heerlen, platform voor amateurkunsten.

2 POSITIONERING 6

Cultuurhuis maakt die ene stap verder bereikbaar voor iedereen.

3 STRATEGIE 9

Samen met alle podia en festivals in Heerlen voor alle makers in Heerlen.

Samenwerking, organisatie, rol en functie Cultuurmakelaar in platform voor amateurkunsten, bedrijfsvoering, Cultuurhuis Heerlen als culturele onderneming en over het publiek: de makers die net die ene stap verder willen zetten.

4 COMMUNICATIE 21

Je maakt het in Cultuurhuis Heerlen.

Diversiteit en inclusie, Programma en Publiek, Partners en Personeel.

Publiekstrategie, branding, klantrelatie, communicatie, verkoop, professionalisering.



**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**



1 VISIE

Informele huiskamer voor de georganiseerde en ongeorganiseerde amateurkunsten

Wat is het Cultuurhuis Heerlen?

Cultuurdeelname is het fundament van Cultuurhuis Heerlen. In Cultuurhuis Heerlen staan actieve cultuurdeelname (repereren, presenteren en ontmoeten) centraal.

Cultuurdeelname kan een doel zijn, maar ook een middel.

Cultuurdeelname biedt gelegenheid tot ontmoeten en anderzijds kan ontmoeten, het leggen van contacten, leiden tot culturele activiteiten. Het repeteren draagt eveneens bij aan de andere functies, want door te repeteren kun je talenten en vaardigheden ontwikkelen om te kunnen presenteren en daardoor en daarbij anderen te ontmoeten.

Cultuur is een middel om meer actief te worden voor mensen die onvoldoende zelfredzaam zijn en/of beperkt worden door bijvoorbeeld hun financiële middelen en daardoor moeilijker deelnemen aan de samenleving. Cultuurhuis Heerlen ligt in Heerlen-Noord (wijk GMS), waar meervoudige sociale problematiek bovengemiddeld aanwezig is. Doelen van cultuurdeelname zijn hier bijvoorbeeld het bevorderen van zelfredzaamheid, ontwikkelen van vaardigheden en het bieden van zinvolle vrijetijdsbesteding. Zo draagt repeteren en presenteren bij aan meer participeren in cultuur en in de samenleving.

De aanpak van Cultuurhuis Heerlen

In Cultuurhuis Heerlen vinden uiteenlopende disciplines en uiteenlopende doelgroepen ieder een passende plek. Cultuurhuis Heerlen is dé plek waar culturele activiteiten **voor en door de gehele Heerlense bevolking** plaatsvinden. Cultuurparticipatie in volle diversiteit, met bijzondere aandacht voor mensen voor wie cultuur meemaken of mee máken geen vanzelfsprekendheid is. Het **sociale aspect** van Cultuurhuis Heerlen is ontmoeting en verbinding. Elkaar ontmoeten om cultuur te beleven, om samen



je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



te repeteren en daarvan te leren, om samen te presenteren en naar elkaar te kijken of te luisteren. Ontmoeten en nieuwe contacten leggen, om eenzaamheid te voorkomen en saamhorigheid en samenleven te bevorderen. Zo heeft Cultuurhuis Heerlen ook een functie als **gemeenschapshuis; met cultuur als middel**.

Cultuurhuis Heerlen biedt gelegenheid om cultuur mee te maken. Dat heeft zowel een actieve – mee máken – als een receptieve kant – méémaken.

In Cultuurhuis Heerlen werken professionals en amateurs samen, waarbij professionals een begeleidende, confronterende of inspirerende rol kunnen hebben en amateurs op hun beurt professionals kunnen verrassen met eigenzinnige inbreng en authentieke creativiteit vanuit de eigen context. Met name het talentplatform VIA Zuid en Intro in Situ kunnen hier, net als de initiatieven van de Nieuwe Nor op dit gebied een belangrijke functie vervullen. Aankomende professionele kunstenaars, die zich bekwamen in de verbinding met de omgeving en de daarin spelende verhalen en problematieken, bereiden zich voor op een duurzame toekomst in de stad Heerlen en de regio Zuid-Limburg. Cultuurhuis Heerlen wil juist voor die initiatieven een springplank zijn. Ook binnen de locatie van Cultuurhuis Heerlen kan een belangrijke stap in de ontwikkeling van de kunstenaar worden gezet: van informele caféssetting naar theaterzaal met een professionele ambiance.

Kortom:

Cultuurhuis Heerlen is een **platform voor amateurkunsten** en een **werkplaats voor nieuw talent** dat de verbinding met de maatschappelijke omgeving zoekt en de verhalen van de mensen die daar leven verbeeldt, verklankt en deelt. In de ontmoeting en samenwerking tussen de gedreven authentieke amateurs en de grensverleggende jonge veelbelovende kunstenaars zoekt Cultuurhuis Heerlen naar **een nieuw perspectief voor actieve cultuurparticipatie** van juist die groepen, waarvoor dit niet vanzelfsprekend is. Door in te zetten op die projecten, die zich verbinden met amateurs en met de omgeving, de buurt, maar ook daarbuiten, jaagt Cultuurhuis Heerlen vernieuwing aan.

Cultuurhuis Heerlen is het **cultuurmakershuis voor iedereen**, talentvolle amateur of potentieel professional, aanstormend talent of creatieve oudere.

Cultuurhuis Heerlen maakt die ene stap verder bereikbaar voor iedereen

Hey you Don't watch that, watch this!

(uit: *One step Beyond*, van Cecil Eustace Campbell populair gemaakt door Madness)

<https://www.youtube.com/watch?v=N-uyWAe0NhQ>

Cultuurhuis Heerlen is het **laagdrempelige platform voor de amateurkunsten** in al hun verscheidenheid en biedt een ongedwongen podium voor presentaties. Die open informele uiterst betaalbare platformfunctie is essentieel voor de lage drempel en verplicht tot niets, maar maakt net die ene stap verder in de ontwikkeling bereikbaar voor iedereen.





Cultuurhuis Heerlen is toegankelijk **voor iedereen die een stap verder wil zetten in cultuur maken** en zich in een gemoedelijke informele huiskamersfeer of professionele theaterambiance wil presenteren. De combinatie van repeteren en presenteren maakt het Cultuurhuis uniek voor de regio.

Een activiteit in Cultuurhuis Heerlen kan deelnemers voorbereiden op een volgende stap naar een professioneel podium, zoals De Nieuwe Nor, Parkstad Limburg Theaters of een van de festivals in Heerlen: Schrit_tmacher-just dance; Cultura Nova; The Notorious IBE of andere podia en festivals in de regio, maar dat is geen opgelegde verplichting. Cultuurhuis Heerlen kan ook de vanzelfsprekende plek zijn voor de jaarlijkse presentatie van de vereniging.

Door intensieve samenwerking met zowel de amateurkunstverenigingen en de ongeorganiseerde amateurkunst als de scholen (Vista, Cita Verde, maar ook Best for Kids enz.) blijft Cultuurhuis Heerlen toegankelijk voor jong en oud, ervaren en beginnende artiesten. Cultuurhuis Heerlen zoekt de samenwerking op met initiatieven zoals die van de Nieuwe Nor, Cultura Nova, IBE, Schrit_tmacher-jong en richt zich vooral op de allereerste stappen op dit terrein.

VIA Zuid, platform voor talentontwikkeling in Limburg wordt betrokken en uitgenodigd om juist die jonge makers een werkplek te bieden en zich te presenteren, die zich willen en kunnen verhouden tot de actieve deelnemers in Cultuurhuis Heerlen en de wijkbewoners.

Door ook ruimte te bieden aan de Urban scene en de verbinding met de vele kansrijke initiatieven uit de amateurkunstverenigingen bewust op te zoeken en te versterken draagt Cultuurhuis Heerlen ook bij aan de verjonging van de amateurkunsten en de positie van Heerlen als Urban hoofdstad.

Cultuurhuis Heerlen draagt bij aan de ambities van de gemeente Heerlen om de amateurkunst te ondersteunen en de allereerste stappen in de talentontwikkeling in alle facetten voor jong en oud ruim baan te geven.



je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



3

STRATEGIE

Samen met alle podia en festivals in Heerlen voor alle makers in Heerlen

Cultuurhuis Heerlen zorgt voor een **aantrekkelijk platform voor amateurkunsten**, dat er vooral op gericht is om naast kennis-uitwisseling en samenwerking, nieuwe wegen en nieuwe doelgroepen te verkennen en te bereiken.

Cultuurhuis Heerlen vertrekt vanuit haar kracht, zoals die door de partners van Cultuurhuis Heerlen herkend wordt en profileert zich daarin ten opzichte van overige podia in Heerlen.

Cultuurhuis Heerlen zoekt de **samenwerking met andere podia**, met name op het gebied van **programmering en marketing** om het podium nog aantrekkelijker te maken voor alle makers in de buurt en in Heerlen, die een stap verder willen gaan. Het programma, dat door de professionele podia en festivals verzorgd kan worden sluit aan bij wat Cultuurhuis Heerlen wil zijn en zal dus vooral ook startende artiesten bevatten die iets nieuws willen uitproberen dat goed past in Cultuurhuis Heerlen.

Cultuurhuis Heerlen is uniek in laagdrempeligheid en toegankelijkheid, juist **voor die groepen die niet vanzelfsprekend al deelnemen aan cultuur**. Het team stelt gastvrijheid en klantgerichtheid voorop in de dienstverlening. Juist ook die bereikbaarheid van dat publiek maakt programmeren in Cultuurhuis Heerlen voor de professionele podia en festivals aantrekkelijk.

Kernwaarden zijn:

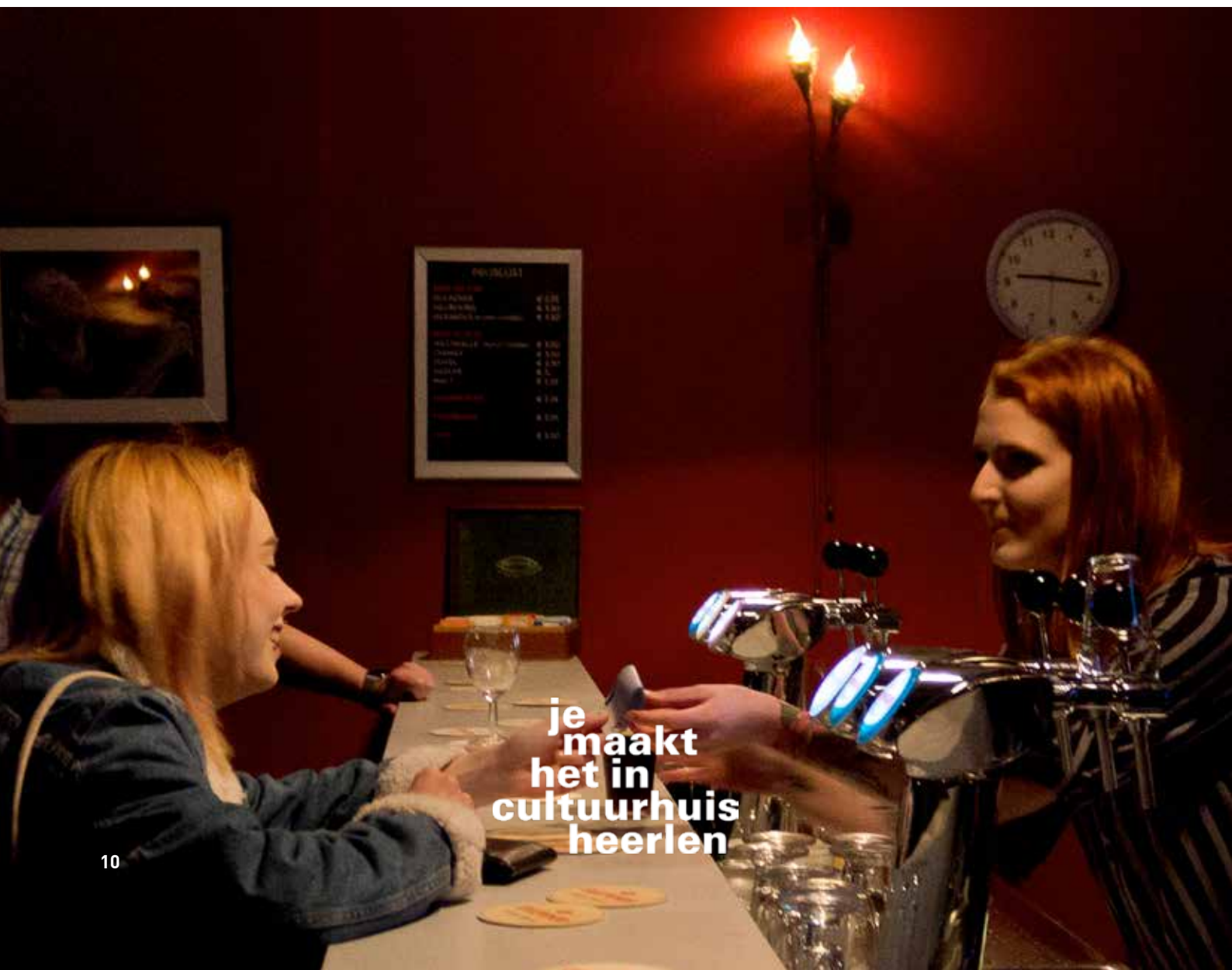
- laagdrempeligheid
- toegankelijkheid
- gastvrijheid
- flexibiliteit
- nieuwsgierigheid

3.1. SAMENWERKING

In de voorbereiding op dit plan heeft een uitgebreide ronde langs professionele podia en festivals in Heerlen plaatsgevonden. Zie voor een lijst met gesprekspartners de bijlage. Daaruit is in het algemeen een positief beeld naar voren gekomen en wordt met name de bijdrage benadrukt van Cultuurhuis Heerlen als podium voor beginnende artiesten (amateur en bijna prof).

Cultuurhuis Heerlen wil door laagdrempeligheid (lage prijzen en open flexibele servicegerichte houding) een aanvulling zijn op de bestaande podia en **nodigt de andere podia nadrukkelijk uit om bij te dragen aan het programma als gast-programmeur.**

De zelfstandige rol van Cultuurhuis Heerlen richt zich op **participatieve kunst- en community-art** activiteiten in Heerlen Noord, maar ook in andere wijken en is daarmee absoluut aanvullend op het bestaande aanbod.





3.2. ORGANISATIE

Uit de omgevingsanalyse en het “rondje langs de velden” is gebleken dat de inzet en de flexibiliteit en wendbaarheid van het team veel lof ontvangt, maar ook dat de communicatiekracht van het Cultuurhuis Heerlen verbetering behoeft (zie ook paragraaf 4). Daarnaast komt ook terug dat partners stuwende en sturende inhoudelijke kracht missen in Cultuurhuis Heerlen. Een aantal organisatorische verbeteringen kan hier invulling aan geven:

A De stuwende en sturende kracht kan gevonden worden in een **cultuurmakelaar**, met als voornaamste taak het opsporen en verbinden van opkomende initiatieven van makers met de mogelijkheden in het Cultuurhuis en de mogelijke doorstroom naar podia en festivals **als spil in het platform voor amateur-kunsten**.

B Belangrijkere plaats voor **communicatie en marketing** kan in voorzien worden door een herverdeling van taken binnen de bestaande formatie. Zie uitgebreidere beschrijving in paragraaf 4.

C Vrijwilligers krijgen een belangrijkere rol in Cultuurhuis Heerlen. Afgestemd op de behoeften betreft dit het vergroten van het draagvlak (publiek uit Heerlen-Noord), als ook het doelgericht werven van ‘externe’ vrijwilligers met specifieke kwalificaties.

Cultuurhuis Heerlen heeft (inclusief de cultuurmakelaar) in dit plan 6,5 fte aan betaalde krachten. Een vergelijking van louter het aantal fte’s met andere veel kleinere podia in de regio gaat niet op, aangezien deze organisaties lang niet over een vergelijkbaar gebouw en dito voorzieningen beschikken en zeker niet over een vergelijkbaar pakket aan activiteiten als Cultuurhuis Heerlen. Maar het biedt de mogelijkheid om de fte’s over de belangrijkste functies nog beter en meer afgestemd op de missie te verdelen, o.a. door daarmee ook in te zetten op ruimere inzet en betrokkenheid van vrijwilligers. Het uitgangspunt blijft dat Cultuurhuis Heerlen een kleine compacte en platte organisatie is waarin veel ruimte wordt geboden voor de eigen inbreng van medewerkers en bestuur, en waarin de leiding en betaalde en onbetaalde medewerkers als één team samenwerken.



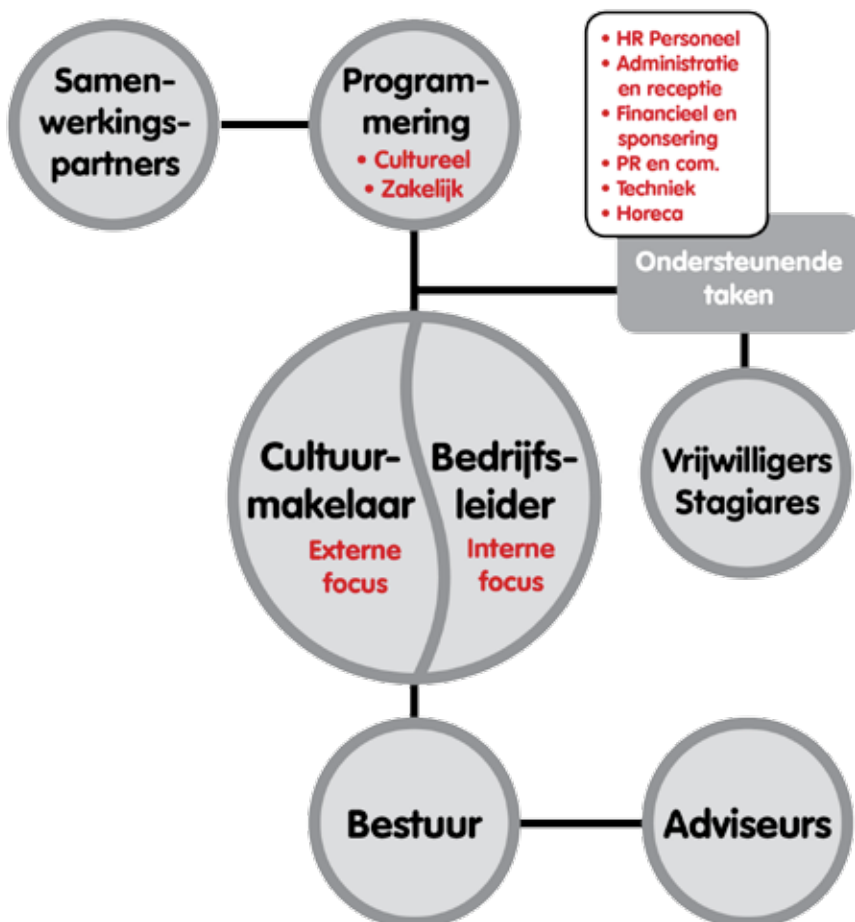
je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



Cultuurmakelaar en platform amateurkunst

De cultuurmakelaar is in eerste instantie vooral gericht op de makers in de omgeving, om die te verbinden met de mogelijkheden in het culturele veld en de opleidingen. De bedrijfsleider is in eerste instantie gericht op de interne organisatie, logistiek en planning; op de bedrijfsvoering. Samen vormen zij, gesteund door het bestuur, in duaal leiderschap de sturende en stuwende kracht in Cultuurhuis Heerlen.

De cultuurmakelaar is verbonden aan Cultuurhuis Heerlen en richt zich dus op de verbindingsmogelijkheden van Cultuurhuis Heerlen. Dat geeft richting aan het werk van de cultuurmakelaar. De inbreng van de bedrijfsleider is op dit punt cruciaal: die geeft aan wat wel en niet of eventueel pas in een latere fase realiseerbaar is binnen de mogelijkheden van gebouw en team van Cultuurhuis Heerlen. Juist door deze richting aan de functie te geven verwachten we daar meer concrete resultaten van. Energie moet beperkt en gestuurd worden om kracht en dus vooruitgang te brengen.



De cultuurmakelaar vervult een spilfunctie in het platform voor amateurkunst dat Cultuurhuis Heerlen samen met alle amateurs vormgeeft. Het is passend bij deze tijd en de grote diversiteit aan actieve kunstbeoefenaars om dit platform breed digitaal vorm te geven. Als voorbeeld kan hier de database van ZHIMIC in Utrecht gelden, waarin alle makers uit Utrecht te vinden zijn.

<https://www.zimihc.nl/artiesten/>

en de kennisbank amateurkunst
<https://www.zimihc.nl/kennis-bank/>



je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



3.3. BEDRIJFSVOERING

De verhouding eigen inkomsten/subsidie kan op termijn nog verder worden verbeterd, maar in beperkte mate. Dit zal in een meerjaren groeimodel gerealiseerd worden door stapsgewijs, voorzichtig en met beleid, de opbrengsten te optimaliseren, door bijvoorbeeld de entreprijs waar mogelijk te verhogen en de gemiddelde horeca besteding per bezoeker van 2,3 euro naar 3 euro te brengen. Uiteraard met behoud van de laagdrempeligheid voor groepen, waarvoor cultuurdeelname niet vanzelfsprekend is.

Nadat de afgelopen jaren een aantal problemen uit het verleden (o.a. schulden, een zee aan overuren van medewerkers, onderbetaling) zijn aangepakt en een meer gerichte taakverdeling is doorgevoerd, blijkt nu uit de jaarrekening 2020 dat het resultaat, ondanks de in het verleden teruggelopen subsidiebedragen, verbeterd is van negatief naar positief en dat het negatief eigen vermogen verder is afgenomen. Uit analyse moet blijken of dit een tijdelijk corona-gerelateerd effect is of dat deze trend zich doorzet. Er zijn in ieder geval al een fiks aantal verbeteringen doorgevoerd. De bedrijfsadministratie zal nog verder worden aangescherpt, ten einde bondige en heldere periodieke kengetallen te verkrijgen.

Cultuurhuis Heerlen wil **ambitieuw en voortvarend** aan de slag om als **culturele onderneming** ook zoveel mogelijk de zakelijke opbrengsten te vergroten, zonder de missie en de opdracht als laagdrempelige voorziening voor iedere maker in Heerlen uit het oog te verliezen.

Zie voor begroting 2022 de bijlage.



je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



3.4. PUBLIEK

Cultuurhuis Heerlen richt zich eerst en vooral op de amateur maker uit Heerlen (Noord), maar ook uit andere delen van de stad en biedt een platform voor alle amateurkunstenaars volgens de gedachte: **kunst is van iedereen**.

De functie als springplank voor aankomend talent van alle leeftijden wordt versterkt door de gastprogrammering van de andere professionele podia en festivals in Heerlen, die daarvoor de eigen publieksstrategie en marketingmiddelen inzetten en daarmee Cultuurhuis Heerlen versterken als aantrekkelijk podium, voor alle makers uit Heerlen en zelf een belangrijke brug hebben naar de deelname van niet vanzelfsprekende doelgroepen. Essentieel in deze samenwerking is een open en evenwichtige werkverdeling, waarbij iedere partij de eigen kracht inzet voor het geheel.

Door de herverdeling van taken binnen het team kan er ruimte worden gemaakt om gericht en bewust meer informatie over het publiek te verzamelen, ook in samenwerking met de professionele gastprogrammeurs, en om samen met hen daarop mede te gaan sturen. Daartoe wordt een volledige functie in communicatie en marketing ingericht en het budget daarvoor verruimd.

Cultuurhuis Heerlen richt zich, anders dan de andere podia in Heerlen, op de eerste plaats op de amateurs, maar zonder deze altijd zo aan te spreken. Volgens de gedachte: iedereen kan een kunstenaar, een maker, zijn, doet het er in feite niet toe of er geld mee verdiend kan worden. Dat is alleen fiscaal interessant. Het gaat er om alle kunstenaars, makers, serieus te nemen en zo goed mogelijk te ondersteunen in een volgende stap.

De maker uit de eigen omgeving staat in Cultuurhuis Heerlen centraal. De achterban van deze maker vormt samen met het publiek van de gastprogrammering het publiek van Cultuurhuis Heerlen. Het gemeenschappelijke kenmerk van het publiek van Cultuurhuis Heerlen is de interesse in de maker die een volgende stap durft te zetten.

De **cultuurmakelaar** in Cultuurhuis Heerlen richt zich op het **verbinden van de kanshebbers** (talenten van alle leeftijden) **met de mogelijkheden in Cultuurhuis Heerlen** en verder in Heerlen en de wijde omgeving.



**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**



Aanvullend op wat andere partijen bieden richt Cultuurhuis Heerlen zich vooral op de initiatieven van inwoners op het gebied van theater en dans en alle daaraan verwante uitingen, zonder muziek daarbij uit te sluiten. Wat de ontwikkeling van talenten in de muziek betreft wordt samengewerkt met Heerlen Jazz en de Nieuwe Nor. Gesprekken hierover met de Nieuwe Nor zijn reeds in gang gezet. De goed uitgeruste theaterzaal, de overige zalen en het gezellige theatercafé lenen zich zeer goed voor theater en dans, maar beslist ook voor (amateur) muziekbeoefening voor jong en oud. Ook hier geldt een 'aanvullende' programmering met ruimte voor 'andere' muziekstijlen (zoals jazz, americana, schlager, hafa).

De kunstenaar bepaalt

De wil en de nieuwsgierigheid om zich te ontwikkelen en nieuwe wegen in te slaan, zijn een voorwaarde voor ondersteuning door Cultuurhuis Heerlen. In het ondersteunen van die makers gaat het om een faciliterende en niet een belerende houding. De makers zelf bepalen welk avontuur ze aan willen gaan en wat ze daarbij nodig hebben. Er is geen "smaakvoorschrift" of een algemene artistieke norm, waaraan voldaan moet worden. Voor diegenen, die vooral het eerdere succes willen herhalen of een traditie in stand willen houden is er natuurlijk wel de mogelijkheid om tegen zeer schappelijk tarief de zaal te huren.



**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**



4

COMMUNICATIE

‘Je maakt het in Cultuurhuis Heerlen’

Onderstaand wordt de strategie voor marketing en communicatie uitgetekend. Veel van wat hier staat gebeurt al in Cultuurhuis Heerlen, dus niet alles is nieuw of een verandering. Dit plan geeft samenhangend de visie, missie en werkwijze van Cultuurhuis Heerlen als informele huiskamer voor alle makers uit Heerlen (noord) en daarbuiten weer.

Om een goede marketingstrategie te bepalen, is het op de eerste plaats van belang te bepalen wat de inhoud is. Waar draait het in Cultuurhuis Heerlen om?

4.1 DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Cultuurhuis Heerlen streeft naar een diverse en inclusieve organisatie op het vlak van programma, publiek, personeel en partners.

Programma & Publiek – Cultuurhuis Heerlen maakt deel uit van een op heel veel onderdelen zeer diverse wijk, wat in combinatie met de specifieke werkwijze – het programmeren samen met bewoners en organisaties uit de wijk – moet leiden tot een diverse en inclusieve programmering en dito publiek. Deze diversiteit zal terug te zien zijn in de verscheidenheid van het programma en van het publiek.

Het gaat er niet om of uitsluitend Heerlen-Noord gericht of stads- of zelfs regiobreed te werken. De focus van Cultuurhuis Heerlen op Heerlen-Noord, als bron van de belangrijkste samenwerkingen op het gebied van participierend programmeren, maakt Cultuurhuis Heerlen juist aantrekkelijk voor partners in de stadsbrede of zelfs regiobrede programmering. Met andere woorden door de stevige band met groepen, die normaal gesproken minder makkelijk toegang vinden tot cultuur en een activerende samenwerking met (potentiële) makers daarbinnen biedt Cultuurhuis Heerlen de andere professionele partners in de stad ook een unieke mogelijkheid om hun publiek te verbreden.

Partners – Cultuurhuis Heerlen heeft samenwerking en co-creatie hoog in het vaandel staan. Cultuurhuis Heerlen werkt daarom

met een groot aantal partners uit zowel de culturele als andere publieke domeinen zoals welzijn en economie maar ook verschillende ondernemers. Het is een vast onderdeel van de werkwijze van Cultuurhuis Heerlen. Naast programmeren en samenwerken met bewoners wordt samengewerkt met partners, organisaties binnen GMS en Heerlen maar ook daarbuiten, dat is te zien in het programma.

Personeel – Alle medewerkers van Cultuurhuis Heerlen zijn ambassadeurs en promotors van Cultuurhuis Heerlen. Met een bescheiden uitbreiding van het team met vooral meer vrijwilligers kan hier een slag gemaakt worden. Nieuwe medewerkers worden met name gezocht in andere achtergronden en netwerken. Hier ligt een kans om het team te verrijken met andere inzichten en verbindingen. Zodat het Cultuurhuis hele verschillende invalshoeken in huis heeft en een nog betere positie krijgt in het werken met de verschillende gastprogrammeurs, zowel uit de buurt als van de professionele instellingen.





4.2. PUBLIEKSTRATEGIE

Samen, met de omgeving en met professionele partners: 'Je maakt het in Cultuurhuis Heerlen'

De manier van werken van Cultuurhuis Heerlen, samen met de inwoners van Heerlen (noord), makers en organisaties, is bepalend voor de manier van communiceren: de inwoners/makers staan daarbij centraal. Cultuurhuis Heerlen zet voor de publiciteit sterk in op de samenwerking met gastprogrammeurs uit de omgeving, maar ook van de professionele instellingen in de stad als de kenners van de eigen achterban. Gastprogrammeurs en samenwerkende organisaties zijn de ambassadeurs van Cultuurhuis Heerlen, ook in de publiciteit. Cultuurhuis Heerlen zet de kracht, kennis en netwerken van deze mensen in om de programmering onder de aandacht te brengen. Zij bevelen Cultuurhuis Heerlen aan bij wijkbewoners en organisaties in de wijk, de stad en daarbuiten. Samen met de gastprogrammeurs bepaalt Cultuurhuis Heerlen hoe het publiek het beste bereikt kan worden. Soms is dit via de kanalen van de partners en/of Cultuurhuis, Heerlen, soms via nichemarketing en soms via eigen wegen. Dit geldt ook voor de visuele publiciteit: duidelijk laten zien dat het een aan Cultuurhuis Heerlen gelieerd project is.

Maar soms kan een eigen – bij het project passende – vormgeving beter werken. De komende periode wil Cultuurhuis Heerlen nog meer ambassadeurs actief gaan werven, ook onder bewoners die niet direct programmeren maar wel het Cultuurhuis een warm hart toedragen. Ook kinderen zijn grote ambassadeurs, op basis van de gegroeide warme band en samenwerking met de scholen wil het Cultuurhuis Heerlen hier bewust meer actie op ondernemen. Veel kinderen zijn al eens met school naar Cultuurhuis Heerlen geweest en kennen het inmiddels. Verder versterkt Cultuurhuis Heerlen de samenwerking met (media) partners in de wijk om publiek te attenderen op wat er in Cultuurhuis Heerlen te beleven en vooral ook te maken valt.



je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen



4.3. MARKETING IS VOORAL COMMUNICATIE.

Het consumentengedrag binnen de culturele sector en de hele vrijetijdsmarkt is sterk veranderd de afgelopen jaren en zal blijven veranderen. Mensen raken minder geïnteresseerd in een product op zich. Men zoekt steeds meer naar ervaringen die een emotionele kant raken. Er is een duidelijke verschuiving waarneembaar van interesse in producten en diensten naar zoeken naar belevenissen. Daarnaast worden aankoopbeslissingen bewuster en kritischer. De gast wil: de laagste prijs, de beste service, een attractief aanbod en een totaalbeleving; en het liefst alle vier tegelijk. Als het kan ook nog duurzaam, groen en gezond. Daarbij wordt het koopmoment veelal langer uitgesteld. Dit stelt nieuwe eisen aan marketing en publiciteit, en een sterke communicatie.

Cultuurhuis Heerlen investeert in marketing om de onderscheidende positionering onder de aandacht te brengen. De kern van Cultuurhuis Heerlen is de informele ontmoeting in huiskamer-sfeer met opkomende artiesten. Cultuurhuis Heerlen wil de komende jaren de volgende accenten leggen:

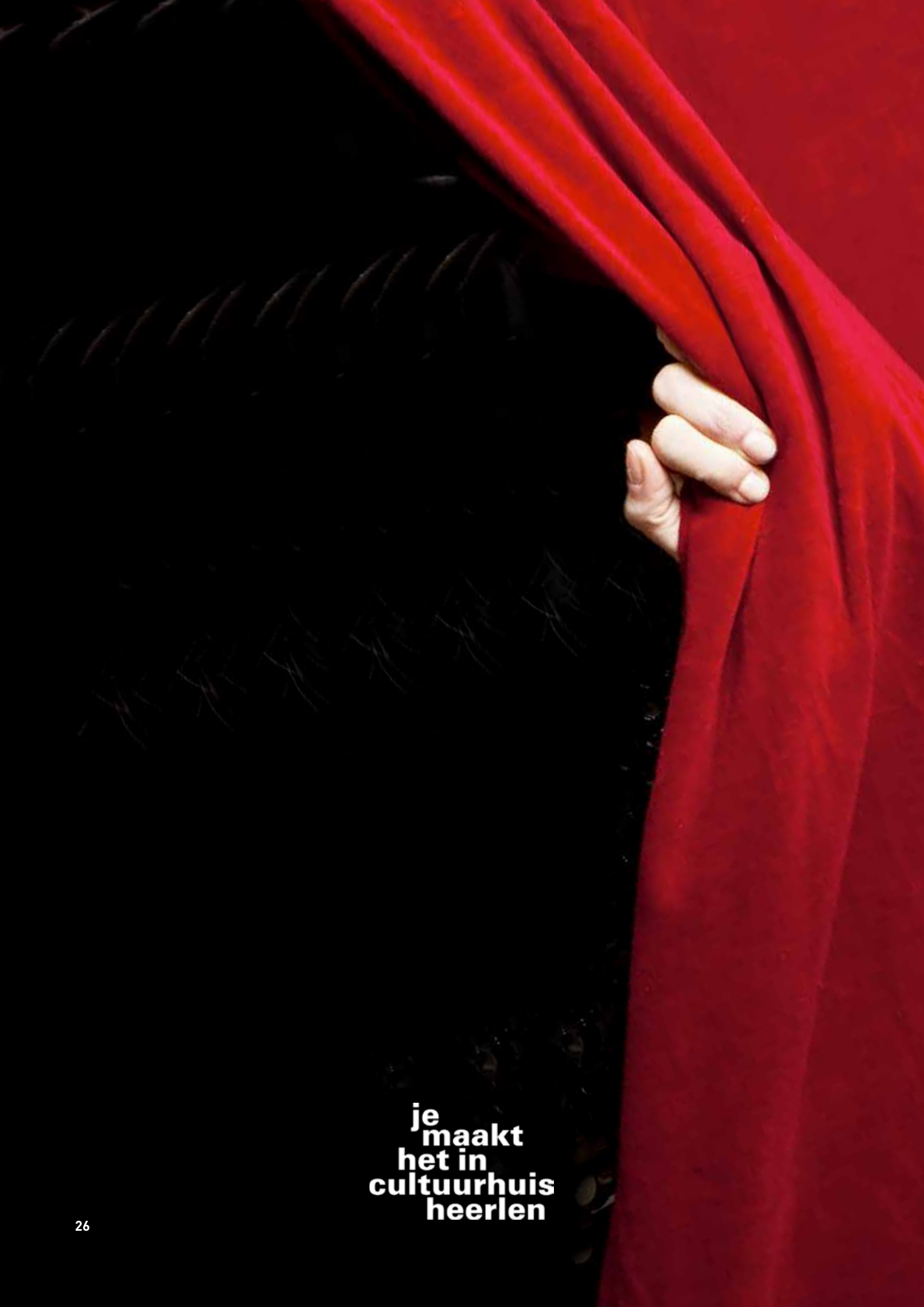
Branding, doelgroepen en middelen

- branding van het merk Cultuurhuis Heerlen;
- nog meer integreren van social media in de marketingstrategie;
- oude media weer gaan inzetten naast de nieuwe media;
- segmentatie in communicatie met verschillende klantgroepen;

Klantrelatie

Cultuurhuis zal nog meer een relatie aangaan met haar gasten en deze betrekken met de mogelijkheden van co-creatie door:

- verder gaan met het opzetten van doelgroep lijnen en loyaliteitsprogramma's voor het binden van gasten;
- het uitvoeren van klanttevredenheidsonderzoeken;
- nog meer aansluiten bij de vraag, het inzetten van gast-programmeurs;
- CRM (Customer Relationship management) inzetten voor verbeteren van de klantrelatie: hoe meer kennis over gasten, hoe gericht aanbod en dienstverlening is af te stemmen, hoe groter de kans op tevredenheid;
- een te ontwikkelen duidelijk 'gezicht' van de organisatie, dat past bij de visie informele huiskamer voor alle makers en "je maakt het in het Cultuurhuis" is belangrijk voor de eerste indruk, de toegankelijkheid en de identificatie met de organisatie (inzetten social media, bloggen, twitteren, klantpanels).

A close-up photograph showing a hand pulling a vibrant red curtain to the right. Behind the curtain is a dark, almost black, surface with a fine, fibrous texture, resembling hair or a dense fabric. The lighting is dramatic, highlighting the folds of the red fabric and the skin of the hand.

**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**



Communicatie

- persoonlijke, menselijke stijl is het kenmerk van Cultuurhuis Heerlen;
- meer individuele communicatie;
- van zenden naar – interactief – communiceren;
- meer inzetten op collectieve productie van aanbod, ontwikkelingen en vormgeving met de gast/bezoeker/deelnemer (crowdsourcing);
- focussen op mogelijkheden voor zelfexpressie (reactiemogelijkheden via website of communities, direct contact voor interactie en meningsvorming met bespeler, inzetten digitale middelen voor co-creatie).

Verkoopstrategieën

- verschillende prijzen voor verschillende waarden; bijvoorbeeld een korte middagvoorstelling op de zondagmiddag voor ouderen is lager geprijsd, dan een volledig avondprogramma met (gedeeltelijk) professionele artiesten op de vrijdagavond;
- inzet gedifferentieerde prijzen naar moment van aanschaf, eerste kennismaking, klantsegment of tijdstip van het aanbod; bijvoorbeeld zoals bij concerten gebruikelijk: vooraf gereserveerde kaarten zijn goedkoper, dan aan de deur. Maandagavond is een voorstelling goedkoper dan op zaterdag;
- opzoeken en gericht benaderen van nieuwe doelgroepen met mede met hen geselecteerd aanbod (co-creatie, crowdsourcing, gastprogrammering);
- verhogen van de bezoekfrequentie van verschillende segmenten theatergasten of deelnemers. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van knip- of stempelkaarten, waarmee korting kan worden opgebouwd. Of bijvoorbeeld een aantrekkelijk aanbod voor ouderen van 3 zondagmiddagen voor de prijs van 2.

4.4. PROFESSIONALISERING

Cultuurhuis Heerlen is van plan de communicatie en marketing verder te professionaliseren. Op de eerste plaats door de verantwoordelijk medewerker hiervoor te ondersteunen met de kennis van de partners van Cultuurhuis Heerlen, maar ook door deze gericht te scholen.

Daarnaast worden alle medewerkers van Cultuurhuis Heerlen straks ieder op eigen wijze promotors en ambassadeurs van Cultuurhuis Heerlen. Met name de vrijwilligers zullen hierin richting het publiek uit Heerlen Noord een belangrijke rol gaan vervullen. Ook zij zullen hierin ondersteund en geschoold worden.

Cultuurhuis Heerlen

Sittarderweg 145
6412 CD Heerlen

info@cultuurhuisheerlen.nl
www.cultuurhuisheerlen.nl

Bestuur:

Mirtel Gommans	voorzitter
René Bijlmakers	secretaris
Dico IJzerman	penningmeester
Jan van Hulten	lid
Peter Sak	lid

Team:

Petra Pijls
Sanne Stephan
Kaj Kelderman
Niels Langen
Debby Kerkhoff
Kevin van der Ven
Myra von Berg

Foto's:

Nicole Bolton:	pagina 2, 6, 12, 14, 22
Myra von Berg:	pagina 4, 8
Marvin Flaveur:	pagina 10
De Limburger:	pagina 16
Mikel Neij:	pagina 18, 24
Dian van den Bosch:	pagina 20
Google street view:	omslag II

Bijlagen:

1. Concept omschrijving cultuurmakelaar
 2. Gesprekspartners
- Begroting 2022

**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**

Bijlage 1

Concept omschrijving cultuurmakelaar

(nog nader uit te werken)

De cultuurmakelaar in de amateurkunst zorgt voor onderlinge verbinding en samenwerking, uitwisseling van informatie en het meer zichtbaar maken van de amateurs in de culturele sector. Verder zet de cultuurmakelaar ook in samenwerking met andere organisaties, zoals onder anderen scholen, Frisse Wind Heerlen en Via Zuid projecten op, regelt scholing, maakt een netwerk en brengt bestaande ideeën en plannen op gebied van amateurkunst in kaart.

De cultuurmakelaar zorgt voor een ontmoetingsplek voor amateurkunstbeoefenaars, werkt samen met de koepels voor amateurkunst, houdt relevante nieuwe ontwikkelingen bij op het gebied van amateurkunst en verspreidt deze. Ook kan de cultuurmakelaar amateurs en hun organisaties adviseren over welke mogelijkheden er zijn er om inkomsten te vergroten.

Voor wie?

Alle culturele organisaties (bandjes, verenigingen, 'eenling'-kunstenaars, groepen) en ondersteunende organisaties als wijkraden kunnen voor informatie of bemiddeling terecht bij de cultuurmakelaar Cultuurhuis Heerlen. Daardoor wordt het amateurkunstveld in Heerlen nog steviger verankerd en kan het beter tot bloei komen, waardoor een cultureel klimaat ontstaat voor iedere inwoner van de gemeente, waarvan niemand wordt buitengesloten.

Wie is de cultuurmakelaar?

De cultuurmakelaar Cultuurhuis Heerlen is bij voorkeur iemand met eigen ervaring in community-art projecten en het werken met amateurorganisaties. Liefst heeft de cultuurmakelaar ook leidinggevende en coachende ervaring en inzicht en ervaring met bedrijfsvoering in culturele organisaties.

Bijlage 2

Gesprekspartners

Voor de totstandkoming van dit plan is gesproken met de volgende organisaties en personen:

- Marc Huynen, Jazzmuzikant, muziekdocent Heerlen, Maastricht en Aachen, Heerlen Jazz/VitzKids/SLIM
- René Bijlmakers, amateurmuzikant, bestuurslid Cultuurhuis Heerlen
- HFC Dance studio, Jop Vermeesch, eigenaar en stadsbrooker Gemeente Heerlen
- Kuvri, amateurtoneelgezelschap, Peter Sak, voorzitter, bestuurslid Cultuurhuis Heerlen
- Koninklijke Harmonie Heerlen, Bert Bremen, voorzitter
- Grand Gala du Buut, Hub Stassen, organisator
- Huis voor de Kunsten, Grace Bellel, consultant dans
- House of Colours, Angelo Bombrini, muzikant
- Pé Diederer, ex directeur Huis voor de Kunsten, raadslid Gemeente Heerlen
- DK Heerlen, Arjan Suzenaar-Hocks, bestuurslid
- Mick Duschak, theaterregisseur, Heerlen
- Raenys Martis, urban artist, Heerlen
- Via Zuid, Jackie Smeets, artistiek directeur
- Festival Cultura Nova, Fiedel van der Hijden, directeur
- Festival the Notorious IBE, Tyrone van der Meer, directeur
- Parkstad Limburg Theaters, Bas Schoonderwoerd, directeur
- De Nieuwe Nor, Johan de Niet, directeur
- Gemeente Heerlen, Isabelle Ploumen, buurtregisseur centrum-GMS
- Federatie Gemeenschapshuizen Heerlen, Piet Vinders, bestuurslid
- Gemeente Heerlen, Luc Peters, Project Manager
- Schrit_tmacher just dance, Janneke Schmeitz, programmeur



**CULTUURHUIS
HEERLEN**

Begroting 2022



CULTUURHUIS HEERLEN

Uitgangspunten begroting 2022:

De realisatie van het "normale jaar 2019 vormt de basis voor de begroting 2022 waarbij jaarrekening 2020 ook erbij is betrokken om relevante tendenzen mee te nemen

De financiële cijfers over het jaar 2019 volgens de jaarrekening zijn:

	Gerealiseerd 2019 volgs jaarrekening	
Gerealiseerde horecaomzet btw hoog	€	40.000
Gerealiseerde horecaomzet btw laag	€	60.000
Overige baten (huurinkomsten)	€	33.000
AF: Inkoopwaarde horeca omzet	€	29.000
Brutowinst	€	104.000 A
Overige bedrijfsopbrengsten (theater kaartverkoop)	€	53.000 B
Subsidie Gemeente Heerlen	€	157.000 C
Brutomarge	€	314.000 (A+B+C)
Personeel	€	203.000 6 fte
afschrijvingen	€	2.400
huisvestingskosten	€	85.000
overige bedrijfskosten	€	36.600
Kosten totaal	€	327.000
Resultaat	€	-13.000
Financiële baten en lasten	€	-400
netto resultaat	€	-13.400



CULTUURHUIS HEERLEN

De geprognosticeerde begroting 2022 voor structurele uitgaven :

	Begroting 2022	
Te realiseren horecaomzet btw hoog (15 % extra tov 2019)	€	46.000
Te realiseren horecaomzet btw laag (15 % extra tov 2019)	€	69.000
Overige baten	€	33.000
AF: Inkoopwaarde horeca omzet	€	34.500
Brutowinst	€	113.500 A
Overige bedrijfsopbrengsten (verhuur, kaartverkoop)	€	53.000 B
Overige subsidies en fondsen (zie toelichting hieronder)	€	32.500 C
Subsidie Gemeente Heerlen (zie specificatie hieronder)	€	207.000 D
Brutomarge	€	406.000 (A t/m D)
Personeel, (grondslag jaarrekening 2020 + stijgingen CAO en uitbreiding)	€	269.000 circe 6,4 fte
Afschrijvingen	€	2.000
Huisvestingskosten (huur nutslasten, onderhoud, schoonmaak)	€	89.250
Overige bedrijfskosten	€	35.700
Communicatiekosten	€	7.500
Kosten totaal	€	403.450
Resultaat	€	2.550
Financieel baten en lasten	€	-2.500
Begroot netto resultaat 2022	€	50

Toelichting overige subsidies en fondsen

Vanaf het boekjaar 2020 is gebleken dat de werving van overige subsidies en fondsen op structurele basis een bedrag van circa € 30-€ 35 K oplevert. Ook voor 2022 zijn de vooruitzichten gunstig. Daarom is een dergelijk bedrag in de begroting opgenomen.

Toelichting subsidie Gemeente Heerlen

Toegezegde structurele exploitatiesubsidie	€	192.000
Subsidie gemeenschapshuis	€	15.000
Totaal	€	207.000



CULTUURHUIS HEERLEN

Begroting 2022

De geprognosticeerde begroting 2022 voor incidentele uitgaven :

In 2022 is sprake van extra uitgaven om een aantal verstevigingen en versterkingen in de bedrijfsvoering door te voeren. Het betreft hier:

incidentele kosten als gevolg van werving en selectie cultuurmakelaar	€	3.500
vernieuwing website	€	5.000
kosten opleidingen trainingen personeel	€	6.500
totaal	€	15.000

Deze kosten kunnen niet worden gedekt uit de reguliere opbrengsten van de begroting 2022. Hiervoor wordt eenmalig aan Gemeente Heerlen een incidentele subsidie voor 2022 aangevraagd voor een bedrag van

€ **15.000**

**je
maakt
het in
cultuurhuis
heerlen**