

Evaluatie Cultuur Academy on Tour



Opdrachtgever: Provincie Gelderland/ GMR / penvoerder gemeente Arnhem
Opdrachtnemer: Schakel025/Cultuur Academy
Penvoerder: voorheen Schakel025, per 1 januari 2023 Cultuur Academy
De Transformatie-Plaats
Van Oldenbarneveldtstraat 94-15
6827 AN Arnhem
KVK: 76507734
IBAN: NL84TRIO0788854712

toegekend bedrag € 30.000,-

Periode van uitvoering: september 2022 - april 2023

Deelnemende gemeenten: Berg en Dal, Beuningen, Doesburg, Druten, Duiven, Heumen, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum, Rheden, Rozendaal, Westervoort, Wijchen, Zevenaar

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
Inleiding.....	1
Wat hebben we gebracht?	3
Fase 1: bestaande informatie ophalen.....	3
Fase 2: On Tour in de GMR.....	3
Fase 3: het bereiken van de doelgroep.....	4
Doelgroepen.....	4
Uitingen.....	5
Wat hebben we opgehaald?.....	5
Over de culturele infrastructuur.....	6
Financiering.....	7
Publieksbereik.....	8
Aanbevelingen:.....	8
aanbeveling 1: Professionalisering vrijwilligersorganisaties.....	8
aanbeveling 2: Zorg dat verbinding tot stand komt.....	9
aanbeveling 3: Transparant cultuurbeleid en ondersteuningsmogelijkheden.....	9
Conclusie.....	9
Bijlagen.....	11
Begroting en Realisatie.....	11
Toelichting begroting en realisatie.....	11
Marketing planning en uitvoeringskalender.....	11

Inleiding

Kunst en cultuur zijn onmisbaar voor een gezonde samenleving en een bruisende leefomgeving. Om deze sector optimaal tot bloei te laten komen, moet er niet alleen oog zijn voor de artistieke en creatieve kant van deze medaille. Er moet ook geïnvesteerd worden in de "achterkant": netwerk, kennisdeling en ontwikkeling van de mensen die werken in de sector. Dit zorgt voor groei en professionalisering. Alleen op die manier kan de kunst- en cultuursector optimaal bijdragen aan de samenleving.

Cultuur Academy is een eerstelijns organisatie die zich bezighoudt met de scholing en ontwikkeling van cultuurprofessionals op zakelijk en organisatorisch vlak. We zijn er voor de individuele kunstenaars maar ook voor de mogelijkmakers die werken bij instellingen. Wij onderhouden op diverse manieren nauw contact met onze achterban en ontwikkelen op basis van de input uit het veld op maat scholingsaanbod. Ook spelen we met onze activiteiten in op actuele thema's zoals Diversiteit & Inclusie en Veilig Werken.

We werken samen met landelijke organisaties zoals: Creatieve Coalitie, Cultuur en Ondernemen, LKCA, overheden (gemeente Arnhem en Nijmegen) en diverse landelijke (rijkscultuur)fondsen en wisselen kennis uit over actuele ontwikkelingen en het scholen van professionals.

Vanaf 2019 ontwikkelen we in opdracht van gemeente Arnhem en Nijmegen een aanbod voor cultuurprofessionals in de beide steden. Eerst vanuit twee aparte organisaties: Schakel025 in Arnhem en Cultuur Academy in Nijmegen. Sinds 1 januari 2023 zijn we gefuseerd tot 1 organisatie die cultuurprofessionals in beide steden helpt bij het zetten van een volgende stap. Dit doen we onder de naam: Cultuur Academy

Toen we vanuit de Groene Metropool Regio werden benaderd om te onderzoeken welke scholingsbehoeftes er leven onder de cultuurprofessionals van de GMR hebben we meteen aangegeven geen onderzoeksbureau te zijn en dus geen onderzoeksrapport op te leveren. We hebben de scholingsbehoefte opgehaald door een deel van ons aanbod op een laagdrempelige manier aan te bieden aan de cultuurprofessionals in de GMR en op die manier te ontdekken waar behoeftes liggen: **Ophalen door te brengen.**

In het traject: **Ophalen door te brengen** hebben we ons gericht op cultuurprofessionals in gemeenten die deel uitmaken van de GMR, maar NIET Arnhem en Nijmegen. De cultuurprofessionals en hun behoefte in beide grote steden hebben we reeds in het vizier en waren geen onderdeel van dit project.

We hebben ons project in de communicatie naar buiten toe omgedoopt tot **Cultuur Academy on Tour.**

We gaan in dit verslag kort in op het traject en het verloop ervan. Daarna zoomen we in op de bevindingen en behoeften van de professionals. Tenslotte doen we nog enkele aanbevelingen en uiteraard een conclusie.

Wat hebben we gebracht?

Het plan dat we in 2022 opstelden om in de GMR de scholingsbehoefte op te halen is iets anders uitgevoerd dan we hadden bedacht.

We hadden een tour bedacht met 7 bijeenkomsten door heel de GMR waarbij we samen met gemeenten en grotere culturele organisaties zouden proberen door te dringen tot de haarvaten van het culturele veld. Een videoverslag zou een impressie geven van de bijeenkomsten en middels interviews cultuurprofessionals van allerlei pluimage aan het woord laten m.b.t. hun scholingsbehoefte.

Helaas liep het anders. Het was moeilijk om de doelgroep te bereiken en te activeren zich in te schrijven, waardoor er uiteindelijk 3 bijeenkomsten door zijn gegaan en we het videoverslag hebben vervangen voor dit verslag.

Fase 1: bestaande informatie ophalen

Allereerst zouden we eerdere onderzoeken op het gebied van behoeftes van cultuurprofessionals -o.a. uitgevoerd door Cultuur Oost- gebruiken als basis voor de uitrol van ons project. Echter bij Cultuur Oost waren de medewerkers die eerder deze onderzoeken hadden gedaan niet meer werkzaam en kregen we de informatie niet boven tafel.

Contacten met de beleidsambtenaren cultuur bij diverse gemeenten leverden geen nieuwe informatie op. Vaak moesten we eerst weer even het geheugen van de betreffende ambtenaar opfrissen m.b.t. de GMR en de 5 speerpunten. Maar actief meedenken of koppelen aan cultuurorganisaties gebeurde slechts bij uitzondering. Vanuit de voormalige 025 regio makelaar, Margot Geers Huntink, kregen we een database met contactgegevens uit de GMR. Die hebben we als leidraad ingezet in de communicatie voor ons eigen traject. Helaas hadden we inhoudelijk geen sparringpartner die ons kon vertellen over eerdere onderzoeken naar de scholingsbehoefte van deze partijen.

Uitkomsten van onderzoeken uit het verleden naar (scholings)behoefte van cultuurprofessionals uit de regio zijn niet boven tafel te krijgen. De kennis hierover lijkt nergens geborgd. Door dit alles waren warme contacten, sleutelfiguren of inzicht in de behoefte van professionals die eerdere onderzoeken hadden opgeleverd - in tegenstelling tot onze verwachtingen- niet voorhanden in ons traject.

Fase 2: On Tour in de GMR

Zoals in het originele plan hebben we onder leiding van Valerie Rutjes een programma ontwikkeld voor onze bijeenkomsten. Dit bestond uit een 'proeverij van ons reguliere aanbod:

- Rondetafelgesprek over behoefte van cultuurprofessional
- Twee workshops die alternerend werden gegeven:
 - Verbreden van je publieksbereik (door de Cultuurshifters)
 - Opstellen van een marketingplan (Moeps Stellingwerf, Musis & Stadstheater)
- Een subsidiespreekuur

Idee was dat mensen- terwijl ze kennis op zouden doen- hun scholingsbehoeften met ons konden delen.

De workshops en trainingen voor deze bijeenkomsten waren zo samengesteld dat we ze aan konden passen aan het niveau van onze gasten. In Arnhem en Nijmegen krijgen we de meeste vragen m.b.t publiek en financiering. Dus vandaar dat we deze onderwerpen eruit hebben gepikt voor onze tour.

We waren voornemens dit zeven keer te doen. Steeds één bijeenkomst per 2 gemeenten. Na overleg met diverse cultuurambtenaren besloten we tot 5 bijeenkomsten verspreid over de GMR. Elke bijeenkomst was toegankelijk voor alle professionals uit de GMR, ongeacht in welke gemeente je gevestigd was.

Helaas hebben we vanwege het lage aantal aanmeldingen twee bijeenkomsten geannuleerd. Er hadden zich maar 3 mensen ingeschreven voor de bijeenkomst in respectievelijk Groesbeek en Rheden. Deze mensen zijn uiteindelijk op andere data aangeschoven bij onze bijeenkomsten.

<i>Bijeenkomst 1</i>	<i>Groesbeek</i>	<i>2 aanmeldingen</i>	<i>geannuleerd</i>
<i>Bijeenkomst 2</i>	<i>Beuningen</i>	<i>6 aanmeldingen</i>	
<i>Bijeenkomst 3</i>	<i>Gendt</i>	<i>7 aanmeldingen</i>	
<i>Bijeenkomst 4</i>	<i>Dieren</i>	<i>3 aanmeldingen</i>	<i>geannuleerd</i>
<i>Bijeenkomst 5</i>	<i>Zevenaar</i>	<i>10 aanmeldingen</i>	

Het was moeilijk de doelgroep te bereiken. (Verder in dit verslag meer over onze inspanningen op het gebied van communicatie). Zelfs als we gebruik maakten van het netwerk van gevestigde organisaties als Cultuurbedrijf RIQQ (gemeente Rheden) of Filmhuis Zevenaar (Zevenaar) bleef de opkomst laag (max 10 personen). Hierdoor hebben we een aantal bijeenkomsten geannuleerd.

Fase 3: het bereiken van de doelgroep

Doelgroepen

De marketing heeft zich gericht op twee verschillende doelgroepen: werknemers bij culturele instellingen en zzp'ers'. Om de eerste groep te bereiken hebben we bij alle GMR-gemeenten lijsten opgevraagd met culturele instellingen en organisaties. Deze lijsten waren inclusief amateurverenigingen, deze hebben we uit de lijsten gefilterd. Vervolgens hebben we van alle instellingen en organisaties contactgegevens verzameld, om zowel online, als telefonisch, als offline met hen in contact te komen. We hebben de instellingen en organisaties expliciet gevraagd om Cultuur Academy on tour te verspreiden onder de werknemers.

De doelgroep zzp'ers was lastiger te bereiken, omdat de gemeenten geen KvK-gegevens mogen delen in verband met de AVG-wetgeving. Voor deze doelgroep hebben we ons vooral ingezet op online marketing. Daarnaast was er de hoop dat de informatie ook via de instellingen en organisaties bij de zzp'ers terecht zou komen. Tot

slot hebben we Cultuur Academy on tour verspreid onder lokale broodfondsen, broedplaatsen en ondernemersverenigingen.

Uitingen

Voor zowel de online als offline marketing hebben we vormgeving laten ontwikkelen:

- A5 uitnodiging - gedrukt
- Online gifje
- Online banners (liggend) en vierkante afbeeldingen

Instellingen en organisaties hebben we benaderd middels:

- mailing naar info@-adressen met save the date + uitnodiging
- fysieke uitnodiging naar alle postbussen
- online advertenties
- persbericht naar lokale media
- persoonlijke mail/ telefoontje naar directie van instelling vanuit directie Cultuur Academy

zzp'ers hebben we benaderd middels:

- Mailing met save the date naar lokale broodfondsen, broedplaatsen en ondernemersverenigingen. Hierin vroegen we expliciet het door te zetten naar zzp'ers voor wie het interessant is.
- Online advertenties
- Persbericht naar lokale media

(Voor de planning en uitvoeringskalender; zie bijlage)

Wat hebben we opgehaald?

Cultuurprofessionals zijn er in vele soorten en maten. Ook in de regio.

Het absolute aantal deelnemers dat we hebben bereikt met onze bijeenkomsten was niet heel hoog, maar ze waren wel een dwarsdoorsnede van het veld. We hadden een aantal grote spelers in huis die een rol vervullen binnen de culturele infrastructuur in de regio. Zo hadden we zowel Filmhuis Zevenaar, Cultuurbedrijf Riqq, Museumpark Orientalis, het Afrikamuseum en Oorlogsmuseum Niemandsland en een aantal muziekfestivals.

ZZp'ers waren er van allerlei geledingen: modeontwerpers, papierscheppers, fotografen, keramisten, beeldend Kunstenaars, poppenspelers en muzikanten.

We zagen veel overeenkomsten met de behoeftes die de professionals hebben in onze thuisbasis Arnhem en Nijmegen. Het grote verschil is dat er veel minder ondersteuningsmogelijkheden en infrastructuur zijn voor deze professionals.

De mensen die we spraken, of ze nu werken voor een instelling of zzp'er zijn (of vrijwillig een cultureel initiatief dragen, zoals Filmhuis Zevenaar) hebben naar eigen zeggen aan 4 zaken behoefte:

- 1) **netwerk** (en iemand die daarin verantwoordelijkheid neemt om lokaal mensen te verbinden)
- 2) **financiering** (o.a. subsidie en ondersteuning bij het verkrijgen hiervan)
- 3) **publiek** (en ondersteuning bij het bereiken van dat publiek)
- 4) **(vakspecialistische) scholing** (en manieren om dat te financieren)

Het was heel verschillend hoe onze bezoekers reageerden op de vraag of ze zouden willen reizen voor scholing. Veel mensen vonden Arnhem en Nijmegen al best wel ver weg, al gaven anderen aan dat best te zien zitten, mits het onderwerp op hen echt van toepassing was.

Veel mensen willen zich binnen hun vakspecialisme/ ambacht graag scholen (we spraken keramisten/ papiermakers/ grimeurs, beeldend kunstenaars). Ze waren benieuwd naar de financieringsmogelijkheden daarvoor.

Daarvoor hebben we ze verwezen naar landelijke regelingen als Werktuig PPO en natuurlijk het STAP budget. Maar ook naar de subsidie Talentontwikkeling Professionals van Provincie Gelderland.

Over de culturele infrastructuur:

In de meeste gemeenten zijn er best wel wat organisaties en zzp'ers actief op het gebied van kunst en cultuur. De zzp'ers opereren vaak geïsoleerd (er zijn zeker uitzonderingen) en hebben behoefte aan netwerk/kennis delen.

Voor ons was het moeilijk deze mensen te bereiken. We hadden binnen de gemeenten daarvoor geen aanspreekpunt. Vaak had de beleidsambtenaren cultuur alleen contacten met grote instellingen. **Zzp'ers lijken onzichtbaar (ook voor elkaar)**. Ook in gemeenten waar we via grote instellingen probeerden in contact te komen met makers was de opkomst laag. **Er lijkt geen cohesie binnen het culturele veld in de gemeenten van de GMR**. De meeste mensen die aanwezig waren op onze bijeenkomst kenden elkaar niet of nauwelijks. Maar onze bijeenkomsten zorgden dat veel mensen contactgegevens gingen uitwisselen.

In de gemeenten die we hebben bezocht was de gemeente Beuningen een uitzondering. Daar was net een Cultuuraanjager begonnen. Die heeft nog actief een aantal mensen voor ons geworven en daar leek het alsof sommige mensen elkaar al wel kenden.

In de bijeenkomsten werd wel duidelijk dat er behoefte is aan een **lokaal netwerk** om:

- **uit te wisselen**
- **kennis te delen**
- **samen sterker te staan**
- **faciliteiten te delen**
- **initiatieven op te zetten**

Er is in de meeste gemeenten niemand wiens verantwoordelijkheid het is om de kunst en cultuursector te verbinden.

In Beuningen zijn ze (zoals gezegd) net begonnen met een aanjager, die er juist is voor de verbinding. Het is nog te pril om daar resultaten van te zien.

Er is in de meeste gemeenten niet veel contact met de cultuurambtenaren/ wethouder/ raadsleden. Een enkeling (vaak organisatie die al langer bestaan met heel actieve voorzitter) heeft wel contact met wethouder/ cultuurambtenaren. Ook werd aangegeven dat dit dan heel persoonsgebonden is, dus op het moment dat er een nieuwe wethouder komt moet je weer opnieuw beginnen en maar hopen dat er iets mogelijk is.

Cultuur Academy richt zich op cultuurprofessionals, maar in de bijeenkomsten die wij bezochten waren veel organisaties actief die toch veelal worden gerund door vrijwilligers. Die organisaties hebben een zeer belangrijke rol in de culturele infrastructuur van een gemeente. Veel organisaties snakken naar een professionaliseringsslag (o.a. Filmhuis Zevenaar, oorlogsmuseum Niemandland), maar missen daarvoor de financiële middelen.

Financiering:

Bij de mensen die we spraken op onze bijeenkomsten **verschilde het niveau van het cultureel ondernemerschap enorm per persoon**. De meeste mensen hebben wel een basiskennis, maar in veel gevallen kan extra scholing op dit vlak nog een hoop bijdragen aan de ontwikkeling.

Veel mensen en organisaties die culturele activiteiten organiseren in een gemeente doen dat vanuit een enorme intrinsieke motivatie. Vaak vinden ze de leefbaarheid in hun eigen gemeente een groot goed en willen ze daar graag aan bijdragen door hun festival/ activiteiten.

Er is veel behoefte aan financiering om alle vormen van cultuurprojecten te organiseren, cultuureducatie, het maken van nieuw werk, exposities, festivals en evenementen (rondom bevrijdingsdag bijvoorbeeld). Vaak hebben de initiatieven een heel regionaal/ gemeentelijk karakter. Mensen vinden het moeilijk om financiering te vinden of goed subsidieaanvragen te schrijven en willen daarin graag geschoold of ondersteund worden.

Een voorbeeld is een muziekfestival op bevrijdingsdag, met lokale sponsors en horeca-inkomsten. Dit festival heeft ondanks een mooie financieringsmix nog extra financiële ondersteuning nodig als het kwalitatief goede muziek en kunst wil programmeren. Hetzelfde geldt voor een oorlogsmuseum, veel publiek, ook heel jonge mensen die geïnteresseerd zijn. Dit museum heeft een hybride praktijk met tentoonstellingen en educatie, maar het financiële stukje kan niet alleen uit de private markt worden gehaald. In die context zien cultuurprofessionals in de regio de gemeente als een partner die mede de leefbaarheid van een gemeente een heel belangrijk onderwerp vindt. Culturele activiteiten in een gemeente vergoten die leefbaarheid enorm. Men verwacht dan dat de lokale overheid ook een bijdrage doet.

De meeste gemeenten hebben geen transparante subsidieregelingen voor kunst en cultuur (in Beuningen is er een in de maak). Provincie Gelderland heeft ook geen aanvraag mogelijkheden meer, dus deze initiatieven hebben maar zeer beperkte of geen financieringsmogelijkheden. Want ze hebben geen landelijk bereik of uitstraling, en zijn vaak geen rechtspersoon (wat werving bij veel grotere en landelijke fondsen bemoeilijkt).

Publieksbereik

We zijn in de GMR veel veel eenpitters tegengekomen die alles zelf doen, van subsidieaanvraag tot marketing, van maken tot lesgeven.

Marketing en dan vooral de nieuwe kanalen inzetten zoals sociale media, is te veel werk in hun ogen. Niet geheel onbegrijpelijk als je alles zelf doet.

De behoeften op het gebied van marketing waren heel basic. Omdat de grootste groep maker is en marketing er zelf bij doet. Veel makers zijn met veel projecten tegelijk bezig en hierdoor is er geen helder verhaal om jezelf te profileren.

Scholing op het gebied van marketing kan voor een mooie ontwikkeling zorgen bij deze makers, maar is geen oplossing van hun probleem. Verdere ontwikkeling van andere ondernemerschapsvaardigheden en een lokale infrastructuur waarin je bijvoorbeeld samen kunt optrekken met anderen voor je marketing zou een enorme bijdrage kunnen leveren aan de professionaliseringsslag voor deze culturele duizendpoten.

Aanbevelingen:

Op basis van wat we ophaalden doen we de volgende aanbevelingen:

aanbeveling 1: Professionalisering vrijwilligersorganisaties

Onderzoeken hoe vrijwilligersorganisaties die vitale spelers zijn binnen de culturele infrastructuur van een gemeente, kunnen professionaliseren. Want als daar niets verandert, blijven ze niet logischerwijs behouden.

We spraken twee organisaties waarbij de wil om te professionaliseren er is en dit ook noodzakelijk is om een organisatie duurzaam te maken. Nu drijft niet alleen bepaalde uitvoeringstaken (rondleiding/ kaartverkoop/ bar) op vrijwilligers, maar ook de kerntaken zoals coördinatie, zakelijke leiding, artistieke koers en programmering. Vrijwillige opvolgers voor dit soort tijdsintensieve taken zijn niet te vinden. Met andere woorden als de sleutelfiguren die die rol nu hebben uitvallen (velen zijn op leeftijd), is de kans groot dat de organisaties ophouden te bestaan.

Daarvoor zou de instantie die binnen de GMR verantwoordelijk is voor amateur-organisaties en/of gemeentelijk cultuurbeleid, samen in gesprek moeten gaan met deze organisaties.

aanbeveling 2: Zorg dat verbinding tot stand komt

Onderzoek hoe er binnen een gemeente gezorgd kan worden voor een verbinder/ verbinding tussen de diverse cultuurprofessionals onderling. En kijk wat er nodig is om dat duurzaam te organiseren.

Aangezien Cultuur Oost zich profileert als tweedelijnsorganisatie, denk ik dat zij de aangewezen instantie zijn om met beleidsmakers mee te denken of en hoe dit mogelijk gemaakt kan worden.

Het feit dat ons behoefteonderzoek in een bescheiden perspectief staat, ondersteunt dat er geen cohesie is in het veld en dat mensen vaak onzichtbaar ronddobberen binnen hun directe omgeving. Als je wilt dat dit veld gaat floreren moet je dat ronddobberen tegengaan. Het is bij het zoeken naar een oplossing hiervoor echt van belang je te realiseren dat professionals en amateurs andere behoeften hebben. Dat moet bij deze aanbeveling wel scherp op het vizier blijven.

aanbeveling 3: Transparant cultuurbeleid en ondersteuningsmogelijkheden

Het verdient aanbeveling dat gemeenten nadenken over de transparantie rondom het beschikbaar stellen van financiële middelen/subsidie/ ondersteuning.

Op dit moment is het voor veel initiatieven niet helder wat het cultuurbeleid van de gemeente is, of hetgeen dat zij doen een bijdrage levert aan dat beleid en hoe men dan in aanmerking kan komen voor ondersteuning.

Transparante subsidieregelingen, waarvoor wel, waarvoor niet. Waar moet je aan voldoen? eenmalig of lange termijn. Dat zijn antwoorden op vragen die veel spelen. Ook daarin zou Cultuur Oost een rol kunnen spelen, bij de aanscherping van het cultuurbeleid en daarnaast meer transparantie in de ondersteuningsmogelijkheden.

Conclusie

Veel culturele zzp'ers en instellingen hebben behoefte aan scholing die Cultuur Academy aanbiedt. Niet iedereen is ertoe bereid hiervoor te reizen. Voor Cultuur Academy is echter ons aanbod hyperlokaal aanbieden (per gemeente/ per stad/ dorp) geen haalbare kaart. Zowel qua afzetmarkt als qua verdienmodel als qua arbeidsintensiteit kunnen we dat momenteel niet aanbieden. Niet zolang er geen partijen zijn die het lokale culturele veld in kaart hebben en dat ook kan bereiken en aanspreken. Wij hebben aanbod dat aansluit op de behoefte van het veld, maar de afzetmarkt is nog te weinig bekend bij ons en wij bij hen.

Ideaal zou zijn dat er per gemeente verbinders zijn die hun achterban kennen en verantwoordelijk zijn voor het opzetten en onderhouden van een netwerk. En die bij scholingsbehoefte ons (tegen betaling) inschakelen of mensen naar ons doorverwijzen.

Tot dat moment kunnen we niet verder gaan dan ons aanbod openstellen voor de professionals in de GMR en hopen dat onze bekendheid zich via de warme contacten die we hebben opgedaan tijdens de tour langzaam uitbreidt. Vanwege het gebrek aan

cohesie vergt dit voornamelijk veel tijd. Maar we verwachten dat onze bekendheid onder professionals in de GMR langzaam kan groeien als we de tijd krijgen een naam op te bouwen via positieve ervaringen van ons beginnende netwerk.

Bijlagen

Begroting en Realisatie

Begroting GMR (Op)Halen door te Brengen					
<i>Deze begroting is opgesteld inclusief BTW</i>					
Honoraria		Ingediende begroting	Werkbegroting	Realisatie	
conceptontwikkeling/ samenstelling team/ verslaglegging	32	€ 1.936,00	€ 1.936,00	€	3.146,00
projectleider	132	€ 5.610,00	€ 5.929,00	€	4.235,00
marketeer	80	€ 3.000,00	€ 2.904,00	€	2.904,00
moderator		€ 1.750,00	€ 3.388,00	€	-
producent	56	€ 2.240,00	€ 871,20	€	3.690,49
cursusleiders/ trainers		€ 2.800,00	€ 1.512,50	€	955,90
subtotaal		€ 17.336,00	€ 16.540,70	€	14.931,39
Materiaalkosten					
Reiskosten		€ 1.000,00	€ 1.000,00	€	137,53
huur ruimtes		€ 1.750,00	€ 2.420,00	€	604,30
diverse materialen		€ 750,00	€ 750,00	€	962,79
subtotaal		€ 3.500,00	€ 4.170,00	€	1.704,62
Marketing middelen					
Advertentiekosten		€ 500,00	€ 500,00	€	500,00
Ontwerp marketingmiddelen		€ 1.000,00	€ 1.131,35	€	1.131,35
drukwerk		€ 500,00	€ 162,15	€	162,06
porto		€ 500,00	€ 311,12	€	36,40
Toevoeging/ aanpassing website		€ 500,00	€ -	€	-
subtotaal		€ 3.000,00	€ 2.104,62	€	1.829,81
verslaglegging					
Filmopnames/ editing/ vormgeving		€ 5.000,00	€ 5.445,00	€	-
subtotaal		€ 5.000,00	€ 5.445,00	€	-
overhead					
kantoorkosten		€ 639,00	€ 726,00	€	786,50
administratie		€ 525,00	€ 537,75	€	726,00
Sub totaal		€ 1.164,00	€ 1.263,75	€	1.512,50
Totaal		€ 30.000,00	€ 29.524,07	€	19.978,32
Dekkingsplan					
Bijdrage GMR		€ 30.000,00	€ 30.000,00	€	30.000,00
Totaal		€ 30.000,00	€ 30.000,00	€	30.000,00
resultaat		€ -	€ 475,93	€	10.021,68

Toelichting begroting en realisatie

We hebben uiteindelijk 3 bijeenkomsten georganiseerd, waardoor de post workshops/honoraria en moderatoren veel goedkoper uitvallen.

Onze verslaglegging in de vorm van een video hebben we losgelaten. Het concept werkte niet vanwege het lage bezoekersaantal. In plaats daarvan is gekozen voor een verslag op papier.

We hebben een positief resultaat van €10.021,68 Dat zouden we graag inzetten om ons aanbod via de contacten opgedaan in de GMR verder te verspreiden onder cultuurprofessionals in de regio o.a via online campagnes en het actief uitnodigen van onze warme contacten opgedaan in de regio.

Marketing planning en uitvoeringskalender

Planning en uitvoering

DATUM	VIA	WAT	INHOUD
Vanaf 23-11	GMR + CA	Nieuwsbericht website	Aankondiging scholing in de regio
Vanaf 23-11	GMR + CA	Nieuwsbrief	Aankondiging scholing in de regio
Vanaf 23-11	GMR + CA	Social media	Aankondiging scholing in de regio
23-01	CA	Website	Pagina met informatie en data
28-02	CA	Website	Agenda items met banners
Vanaf 02-03	CA	Social media	Aankondiging + advertenties met gifje en vierkante afbeeldingen. Het posten op social media is doorlopend tot het eind van het project.
02-03	CA	Pers	Persbericht versturen
02-03	GMR + CA	Nieuwsbrief	Aankondiging scholing in de regio
02-03	CA	Mailing	Digitale uitnodiging
02-03	CA	Pers	Persbericht versturen naar lokale media
07-03	CA	Free publicity	Input voor nieuwsbrieven gemeenten
07-03	CA	Uitnodiging - fysiek	Officiële en fysieke uitnodiging naar instellingen en organisaties.
Vanaf 07-03	CA	Telefonisch	Bellen naar instellingen en organisaties

De perslijst is aangeleverd door de GMR en verder uitgebreid door Cultuur Academy. Het persbericht is naar ruim 80 lokale perscontacten verstuurd. Er is tevens nog een herinneringsmail verstuurd. Het persbericht is slechts één keer gepubliceerd, [zie deze link](#). De save the date en digitale uitnodiging zijn naar ruim 330 instellingen, organisaties,

broedplaatsen, broodfondsen en enkele zzp'ers verstuurd. De fysieke uitnodiging is naar 272 instellingen en organisaties verstuurd.

In totaal zijn er 6 advertenties aangezet; één voor elk evenement en één algemene met het gifje. De evenement-specifieke advertenties werden gericht op mensen uit de desbetreffende gemeenten en waren toegespitst op kunst & cultuur. De algemene advertentie was gericht op de mensen uit alle relevante gemeenten en was tevens toegespitst op kunst & cultuur. Online zijn de advertenties in totaal 242.391 keer gezien en tellen een bereik van 86.018.

Tot slot hebben we ingezet op verspreiding van Cultuur Academy on tour via de GMR en via de verschillende gemeenten. De GMR heeft het project twee keer gedeeld in de nieuwsbrief en op social media. Daarnaast heeft de GMR het project ook als nieuwsbericht op de website geplaatst. De verschillende gemeenten zijn in elke post op social media door Cultuur Academy getagd, maar niet gedeeld op de kanalen van de gemeenten. Ook hebben we de gemeenten gevraagd het project te delen in hun nieuwsbrieven, maar op dat verzoek kwam weinig respons.