

Beleids- en Ondernemingsplan 2019–2023: Hét Concertkoor (HCK)

Oratoriumvereniging Hét Concertkoor

IBAN: NL04.RABO.0138.6076.48 - BIC: RABONL02
BTW nr: NL 8152.34.399.B01
KvK 20.122.570

www.hetconcertkoor.nl

info@hetconcertkoor.nl

aangesloten bij GGN Brabant

Stichting HCK.Kamermuziek

IBAN: NL26.INGB.0005.8226.56 - BIC: INGBNL2A
BTW nr: NL.8211.12.612.B01
KvK 20.158.124

1. Inleiding

Nederland heeft een bloeiende cultuursector met uitingen van internationaal topniveau. Cultuur is een belangrijk onderdeel van de Nederlandse maatschappij en individuen worden door cultuur opgenomen en verbonden met de samenleving. Ook Nederlandse muziekproducties hebben internationaal gezien groot aanzien. Voorliggend ondernemingsplan beschrijft de wijze waarop Hét Concertkoor de komende jaren haar positie op de 'cultuurmarkt' verder wil uitbouwen door te investeren in kwaliteit, nieuwe producties, samenwerking met andere koren en het aanboren van nieuwe afzetmarkten. De focus ligt op het maken van aantrekkelijke hoogkwalitatieve en innovatieve producties in de muziek en aanverwante kunstgenres.

2. Hét Concertkoor

De artistieke leiding en het bestuur van Hét Concertkoor hebben ruime ervaring in het organiseren van grote en kleinere concerten in binnen- en buitenland.

Het bestuur van Hét Concertkoor wil een belangrijke bijdrage leveren aan de culturele ontwikkeling en maatschappelijke verrijking van de regio West-Brabant en Zeeland. Opzet is om (opnieuw) de ANBI-status te verkrijgen, waarmee nadrukkelijk het doel wordt onderstreept om cultuur in de sector Klassieke muziek en koorwerken in West-Brabant en verder, te behouden en uit te breiden.

Hét Concertkoor (HCK)

Hét Concertkoor is in 1994 opgericht als projectkoor met als doel: de tweejaarlijkse uitvoering van de Mattheüs Passion en als basiskoer te functioneren voor grote koorprojecten van het Muziekfestival West-Brabant. Inmiddels is dat doel meer algemeen gemaakt en bijgesteld tot: Het oratorium heeft als doel het organiseren en uitvoeren van hoogkwalitatieve klassieke concerten, ondersteund door professionele musici (solisten en orkesten), die zich in belangrijke mate richten op de instandhouding en verdere ontwikkeling van de uitvoering van klassieke muziek in brede zin en op professioneel niveau een bijdrage leveren aan de verrijking van het culturele aanbod en variëteit in Noord-Brabant en Zeeland, in het bijzonder in West-Brabant.

Koorprojecten Hét Concertkoor (KP-HCK)

In april 2010 maakte HCK haar eerste grote concertreis, met het Requiem van Mozart naar Kiev.
In oktober 2011 ging het koor op uitnodiging naar New York voor het uitvoeren van het Stabat Mater van Dvorák, met in maart 2012 een tegenconcert met het Stabat Mater van Dvorák in de grote zaal van het Concertgebouw in Amsterdam.
In december 2012 organiseerde HCK voor het eerst een scratch-concert, in de St. Gertrudiskerk te Bergen op Zoom, met The Messiah van Händel.
In oktober 2014 werd een Herdenkingsconcert ("Annelies") ter gelegenheid van de 70-jaar bevrijding van Zuidwest Nederland uitgevoerd. Dit oratorium Annelies van James Whitbourn is gebaseerd op teksten uit het dagboek van Anne Frank.
In mei 2015 is 'Annelies' in het kader van 70-jaar bevrijding van Nederland weer uitgevoerd.

Een van de punten waar HCK werk van wil maken is samenwerking met andere koren/instellingen uit Bergen op Zoom en de regio om zo dit genre concerten maximaal te kunnen blijven invullen.

Ook is het de intentie van HCK om met het Centrum voor de Kunsten Bergen op Zoom (CKB) een prestatieovereenkomst af te sluiten, zodat leerlingen klassieke zang en kamermuziek van het CKB een platform wordt geboden om op projectbasis aan de concerten van HCK, HCK-KM of KP-HCK deel te nemen en eventueel af te studeren. De leerlingen worden mede begeleid door de artistiek directeur van HCK. Dit project heeft als doel jonge mensen te enthousiasmeren voor klassieke koorwerken. Daarnaast zorgt het voor HCK voor professionele koorversterking bij grotere kooropstellingen.

Missie

HCK wil zich voornamelijk richten op eigentijdse klassieke muziek. Naast de uitvoering van de traditionele concerten, zoals het najaars- of kerstconcert, passieconcert, herdenkings- of voorjaarsconcert waarbij het meer geëigende en vertrouwde repertoire wordt gebracht, wil HCK zich gaan richten op minder traditionele en modernere concerten en muzikale werken. Muziek die soms vernieuwend van karakter is, maar daarnaast in hoge mate toegankelijk. HCK wil deze muziek de aandacht geven die het verdient. We doen dit door de 'nieuwe' werken te koppelen aan belangrijke, beroemde composities binnen het koorrepertoire. Behalve het voor het voetlicht brengen van onbekende werken, wil het HCK ook zoeken naar bijzondere presentatievormen en samenwerkingsverbanden met andere kunst disciplines.

Organisatie

De gehele organisatie wordt aangestuurd door het bestuur dat ondersteund wordt door werkgroepen vanuit het koor en daarbuiten, (bijv. werkgroep leden, werkgroep PR en subsidies, werkgroep Vrienden van HCK). De artistieke koers wordt uitgezet door directeur Alex Vermeulen in samenwerking met repetitor en dirigent André Telderman. De dagelijkse leiding van HCK (dirigeren/instuderen) is in handen van Alex Vermeulen. Het bestuur fiatteert daarbij de voorstellen van de artistiek directeur.

In 2014 is voorzien in uitbreiding van het bestuur, waarmee de organisatie van HCK er als volgt uitziet:

Artistieke leiding

Artistiek directeur en concertorganisator, dirigent, solist (tenor):	Alex Vermeulen;
Artistieke ondersteuning, gastdirigent, koorrepetitor, concertpianist:	André Telderman;
Vervangend repetitor, (continuo)pianist:	Toine Jimkes.

Bestuur

Voorzitter – PR-extern:	Wil Dirks;
Penningmeester - PR:	Peter Verdult;
Secretaris:	Ria Oude Kempers
Bestuurslid - ledenbelangen:	Leo van Loenhout;
Bestuurslid – PR-activiteiten:	Vacature.

Vanaf 2015 is het bestuur kwalitatieve waarden gaan realiseren op cultureel, economisch en maatschappelijk gebied. Werken met publieke middelen in het maatschappelijk belang, brengt ook een morele verantwoordelijkheid met zich mee. Daarom wil het bestuur, als het gaat om toezicht en bestuur, de aanbevelingen voor normen en werkwijze zoals beschreven in de Governance Code Cultuur onderschrijven. Zie hoofdstuk 7.

Stichting HCK

De artistieke leiding en het bestuur van HCK hebben ruime ervaring in het organiseren van grote en kleinere concerten in binnen- en buitenland. De Stichting HCK wil deze kennis en ervaring benutten en een overkoepelende organisatie inrichten, die voor oratoriumverenigingen, koorprojecten en samenwerkingspartijen muzikale producties, zoals concerten en koorprojecten organiseren.

Het koor

HCK bestaat uit amateur- en professionele zangers, in de stemgroepen sopranen, alten, tenoren en bassen. Afhankelijk van de partituur wordt het koor onderverdeeld in 1e en 2e stemgroep. Bij grotere producties wordt het koor versterkt door een 2e koor, klein-koor, professionele koorzangers of solisten.

Werving en selectie

Het koor profileert zich als professioneel, kwalitatief hoogwaardig koor uit Zuidwest Nederland en tracht regionaal de benodigde zangers te werven. De werving geschiedt door directe benadering, advertentie(s) en werving via conservatoria. Door middel van audities worden zangers geselecteerd en per stemgroep ingedeeld. Artistiek directeur Alex Vermeulen zal eventueel i.o.m. André Telderman de selectie doen. De selectie en toelating is laagdrempelig omdat naast kwaliteit, plezier in het zingen, de onderlinge sociale contacten en saamhorigheid van grote waarde wordt gezien en ervaren en een belangrijke bijdrage levert aan de professionaliteit van het koor.

Cultureel ondernemen

Het luisteren naar klassieke koormuziek is natuurlijk vooral een auditieve belevenis, maar HCK wil ook de andere zinnen prikkelen. Het HCK programmeert daarom regelmatig bijdragen van instrumentalisten en professionals uit andere kunstdisciplines om zo de programma's iets extra's te geven. Bijvoorbeeld samenwerking met lichtontwerpers, regisseurs en choreografen. HCK wil zich in deze variëteit onderscheiden van andere koren. In de ideevorming over koers en programma speelt de artistiek directeur Alex Vermeulen een centrale rol. Hij is vaak de initiator. Door ook de creativiteit van andere leden aan te spreken, slaagt HCK erin, met een kleine, slagvaardige setting, tot een breed en levendig totaalbeleid te komen: m.a.w. Cultureel ondernemen.

3. Omgevingsanalyse

De bedrijfsomgeving van HCK kan als volgt worden gecategoriseerd.

Luisteraars

Publiek voor koormuziek bestaat voornamelijk uit mensen die geïnteresseerd zijn in klassieke muziek: de geoefende luisteraars. Soms zijn zij afkomstig uit kerkelijke milieus, waar traditioneel veel gezongen wordt. HCK richt zich vanzelfsprekend op deze groepen, maar probeert daarnaast interesse te wekken bij een breder en jonger publiek, dat afkomt op verrassende, onconventionele evenementen. Elk van die doelgroepen vergt een eigen benadering. Zie voor een verdere uitwerking daarvan de marketingmix.

Overheid

Zowel Landelijke, Provinciale als Lokale overheden hechten belang aan een gevarieerd cultureel aanbod. Zij streven immers naar een aantrekkelijk leefklimaat voor de burgers en willen de economische (toeristische) uitstraling van hun gebied bevorderen. Zij zijn vooral bereid creatieve, innovatieve initiatieven en ontwikkeling van talent te steunen. Kernbegrippen hierbij zijn: vernieuwing, experimenteel, publieksparticipatie.

Bedrijfsleven

Bedrijven en andere organisaties hebben verschillende redenen om activiteiten als die van HCK een warm hart toe te dragen: zij kunnen er hun naamsbekendheid in het algemeen mee vergroten, zij kunnen zich profileren als bevorderaars van cultuur, al dan niet onder de vlag van "maatschappelijk verantwoord ondernemen", zij kunnen hun relaties iets ongewoons bieden.

Fondsen

Er zijn vele fondsen (lokaal, regionaal en landelijk) die professionele muziekbeoefening ondersteunen. Vrijwel altijd moet per project een aanvraag voor subsidie worden ingediend. Twee bestuursleden (de voorzitter en de PR-animator), artistiek directeur van HCK, houden zich speciaal bezig met de selectie en het benaderen van fondsen die in een bepaald project mogelijk zijn geïnteresseerd. Opzet is dat de werkgroep PR en Subsidies de nodige ondersteuning levert voor het verkrijgen van de nodige financiële middelen. Leden worden ingeschakeld om bedrijven/detailhandel/ bevriende relaties te benaderen voor steun.

Concurrenten

In Nederland zijn een aantal koren in hetzelfde segment actief:

The Bach Choir & Orchestra, o.l.v. Pieter Jan Leusink;
Bachkoor Holland, o.l.v. Gijs Leenaars;
Bachkoor Brabant, o.l.v. Geert van den Dungen;
Nederlandse Bachvereniging, o.l.v. Jos van Veldhoven;
Nederlandse Händelvereniging, o.l.v. Andrew Wise (voorheen Thijs Kramer);
Hortus Musicus Regilius, o.l.v. Koert Damveld;
Vrouwenkoor Mea Dulcea, o.l.v. Ted van der Heijdt
Mannenkoor Fortissimo, o.l.v. Cristin Roland.

HCK markeert haar positie door zich met name in programmering, presentatie, locatiekeuze en samenwerking met professionele musici te onderscheiden. De programmering zal naast de traditionele concerten, meer hedendaagse muziek omvatten. De presentatie zal altijd in een sfeervolle passende ambiance plaatsvinden. De locatiekeuze kan erg bepalend zijn voor het welslagen van een productie. Het Zuidwesten van Brabant kent momenteel geen professioneel koor dat op deze schaal samenwerkt met gerenommeerde (internationale) professionele musici uit binnen- en buitenland.

Op enkele locaties in Zuidwest Brabant worden wel incidenteel door regionale koren grotere, bekende producties georganiseerd. Voor de grotere landelijke producties is Zuidwest Brabant nog een te ontwikkelen gebied. De regionale concerten worden doorgaans redelijk tot goed bezocht, maar de tendens is de landelijke producties te verkiezen boven de regionale. We trachten dit te doorbreken door een betere en bredere (landelijke) profilering van de producties van HCK.

4. Bedrijf en product in de markt

In de gebruikelijke termen van de marketingmix kan HCK als volgt worden beschreven.

Product

HCK heeft een repertoire dat nog voor het grootste deel bestaat uit de traditionele klassieke koorwerken ('het ijzeren repertoire'). De uit te voeren werken zijn gecomponeerd in de periode 1400 tot heden waarbij de nadruk ligt op latere werken (20e en 21e eeuw). Aanvankelijk produceert HCK vier producties per jaar. Deze producties zullen in meerdere concerten voor een betalend publiek worden uitgevoerd. In deze producties wordt waar nodig samenwerking gezocht met instrumentalisten, solisten en kunstenaars uit andere disciplines uit de regio, binnen- en buitenland. De concerten worden op projectbasis uitgevoerd waarbij leden (alle leden zijn projectlid) en niet-leden zich per project in kunnen schrijven. Eenmaal per jaar wordt een scratch concert georganiseerd, waaraan een breder scala van koorzangers kan deelnemen. Er worden uitwisselingsconcerten georganiseerd met internationale koren (bijv. Japan, Kiev, Charkov en New York).

Prijs

De reguliere toegangsprijs voor klassieke concerten bedraagt € 29,- en voor concerten met 2 koren en groot-orkestbegeleiding v.a. € 35,-. Studenten 50% korting. Voorverkooprijzen (via de webshop op de website) liggen in de regel 20% onder het reguliere tarief. Jongeren tot 16 jaar: € 5,-. Daarnaast heeft HCK regelmatig acties (lezersaanbiedingen in landelijke en regionale dagbladen) waardoor men korting op de toegangsprijs kan krijgen. Vrienden van HCK, donateurs en Bedrijfsvrienden kunnen tegen gereduceerd prijs een concert bijwonen. Voor adverteerders worden per concert vrijkaarten verzorgd.

Plaats

De concerten van HCK worden bij voorkeur gegeven in ruimten waar koormuziek goed tot haar recht komt, d.w.z. locaties die een geschikte akoestiek hebben, een bij de aard van het programma passend karakter, en die een concertopstelling mogelijk maken. Te denken valt hier aan grotere kerken, concertzalen, industriële panden en publieke ruimten. HCK richt zijn pijlen op locaties als bovengenoemd in de thuislocatie Bergen op Zoom en steden in West-Brabant als Etten-Leur, Oosterhout en Zaltbommel. HCK heeft ervaring met het organiseren van concerten in binnen- en buitenland zoals Het Concertgebouw in Amsterdam, Haarlem, Zwolle, Hoogeveen, Hengelo, Heerlen, Antwerpen, Kiev en New York.

Promotie

Promotie richt zich op de onderscheiden doelgroepen via verschillende media:

Een uitgebreide publiciteitscampagne maakt integraal deel uit van de plannen van HCK. De keuze van repertoire is een mengeling van werken die al enige aantrekkingskracht hebben en verrassende werken, geheel onbekend, die een breder publiek zouden moeten kunnen aanspreken.

Een tweede doelstelling is om publiek – en dan met name mensen die zowel passief als ook actief met muziek bezig zijn – te stimuleren naar een van de concerten te komen en wie weet zich daar zelf op voor te bereiden.

Met deze uitgangspunten leidt een en ander tot een aantal keuzes in het plan voor de PR en Publiciteit. Onderstaand de details daarvan.

Organisatie

De PR en publiciteit wordt in principe gerund door de voorzitter voor de externe contacten en een bestuurslid voor interne aangelegenheden. Als beheerder voor web-zaken is de artistiek directeur toegevoegd, aangevuld met een technisch beheerder. Zij inventariseren alle mogelijkheden voor effectieve en kwalitatieve publiciteit en volgen de ontwikkelingen op de voet. Rond deze kerngroep is een PR-werkgroep in ontwikkeling die de PR-aangelegenheden verder gaan vormgeven.

Media

Vanzelfsprekend zullen alle standaard handelingen t.a.v. de media worden verricht. Gekozen wordt wel voor een extra focus op lokale/ regionale media, zowel de pers als ook radio en tv-zenders. Zowel de artistiek leider als het bestuur beschikken inmiddels over goede contacten opgebouwd met de regionale en nationale Radio- en tv-zenders.

Daarnaast proberen we via vakbladen als 'Zing Magazine', 'Vocaal' en 'Luister' de aandacht op ons te vestigen. Ook worden landelijke magazines als NS Spoor en ANWB benaderd voor promotieactiviteiten en acties.

In lokale/ regionale dagbladen zal geadverteerd worden met speciale kortingen onder de noemer "lezersaanbiedingen". De beste promotie is echter een lovende recensie. Daarom worden bij ieder concert ter zakekundige journalisten uitgenodigd.

Via internet zullen de diverse klassieke muziek websites en agenda's van informatie worden voorzien. Het plaatsen van trailers en korte videofragmenten op YouTube en andere relevante websites is een belangrijk onderdeel van onze digitale marketing.

Drukwerk

Op basis van de ontwerpen van de artistiek directeur of door ingeschakelde derden, wordt een reeks wervende drukwerken geproduceerd om zoveel mogelijk mensen te kunnen bereiken.

Flyers: A5, tweezijdig, plaatjes met korte tekst, grote letters

Postkaarten: Ansichtkaarten en uitnodigingskaarten

Posters: A0, A2 en A3 raambiljetten

Distributie en web-werving

De eerste flyers worden uitgereikt tijdens 'eerdere' concerten. De folders waarmee mensen zich meer in de tekst kunnen verdiepen, gaan naar strategische plekken zoals, winkels, bibliotheken, culturele centra, bepaalde uitgaansgelegenheden en worden gestuurd naar lokale koren en orkesten.

De postkaarten worden gebruikt om de directe omgeving van de leden en de adreslijsten van het koor te benaderen. Uitnodigingskaarten dienen om bijzondere gasten en ereleden uit te nodigen.

Posters worden vervaardigd in een aantal varianten. HCK werkt met A2 en A3 posters. Er is een hele reeks van fraai vormgegeven posters. De posters worden verspreid als raambiljetten bij private woningen, in winkels, kerken en buurthuizen. Voor de theaters en blinde muren, muziekscholen, bedrijven en instellingen kunnen A2 posters worden gebruikt.

De posters worden door HCK-leden zelf verspreid. Deze actie is op de concertsteden en directe omgeving gericht. We willen zichtbaar zijn in het straatbeeld, tenminste 2 volle weken voorafgaand aan elk concert. Ook digitaal worden de initiatieven van HCK zo breed mogelijk geëtaleerd.

De voorverkoop van kaarten loopt via de webwinkel op onze eigen website. De website gaat uitgebreid op elke concert in. We zullen trachten veel relevante websites en het verenigingsleven voor het project te interesseren en links aan te bieden. Een zogenaamde e-flyer en 'trailers' wordt verstuurd. De ontvangers wordt gevraagd te helpen bij de verdere verspreiding.

Bedrijfsleven

Ook het bedrijfsleven zal benaderd worden de voorstelling te bezoeken. HCK streeft naar een duurzame relatie tussen het bedrijfsleven en cultuur. Een cyclus van 10 tweejaarlijkse uitvoeringen van de Matthäus Passion is in samenwerking met de Rotary Bergen op Zoom Noord georganiseerd. Er zullen initiatieven worden ontwikkeld om de samenwerking en eventueel de coproductie met het bedrijfsleven of overkoepeld met de Rotary Bergen op Zoom – de Brabantse Wal of andere bedrijfsgroepen voort te zetten.

Directe benadering

Heel belangrijk bij een concert of project is het direct benaderen van potentieel publiek. Met name met koren in de regio worden contacten gelegd om koorleden te motiveren naar de concerten te komen. Ook is HCK actief op nieuwe media als twitter en facebook. De directe benadering kan ook toegepast worden bij een aantal maatschappelijke (educatieve) instellingen en bedrijven.

Database

HCK beschikt reeds over een vrij uitgebreide mailinglist – van met name vrienden, donateurs, adverteerders relaties, projectleden en bezoekers van eerder door HCK georganiseerde concerten. Deze lijst zal gebruikt worden voor de promotie van toekomstige producties.

Doorlopende Aanpassing en Evaluatie

Er zal gedurende het productieproces steeds aandacht zijn voor de vorderingen en de voorlopige resultaten, nieuwe ideeën zullen opkomen en relaties worden gelegd. Het PR & Publiciteit Plan zal in praktijk doorlopend aangepast moeten worden. Indien bijvoorbeeld goede beeld- of geluidopnamen gerealiseerd kunnen worden tijdens de repetities of aan het begin van het concertjaar, dan worden die op YouTube gezet.

Website

Onze website (www.hetconcertkoor.nl) wordt actueel gehouden en bevat de meest actuele recensies en audio-video fragmenten van repetities en concerten. Door veelvuldig de pers op te zoeken en ons aan te melden bij de diverse portals als koren- en klassieke muziekwijzen zullen we een hogere Google-ranking krijgen waardoor de website makkelijker gevonden wordt.

5. Bedrijfsdoelen

Kwaliteit

HCK streeft naar hoge kwaliteit. In iedere koorrepetitie wordt daaraan aandacht besteed, door inzet van een professionele dirigent, een beroepssolist als artistiek leider en een concertpianist als repetitor. Wie wil toetreden tot HCK moet een auditie doen. De artistieke leiding zorgt voor een gevarieerde en ambitieuze programmering, die aansluit bij de mogelijkheden van het koor. Samenzang is in een koor essentieel. Aan de kwaliteit daarvan dragen vriendschappelijke verhoudingen bij. Daarom is er ook veel aandacht voor de sociale aspecten van samen-een-koor-zijn. We zullen ons zeker ook richten op activiteiten in buitenland - deelname aan internationale concerten. Er liggen contacten in Ukraine (Kiev - Charkov), Rusland (St.Petersburg) en USA (New York).

Financiën

De afgelopen jaren is er een grote verandering geweest in het Nederlandse Kunstklimaat. Het betekent dat HCK meer concurrentie heeft gekregen in de strijd om cultuursubsidies. Een scherpe marktfocus is daarom essentieel. Er zal meer tijd besteed moeten worden aan het 'vermarkten' van producties. Nieuwe media maken het makkelijker een groter publiek te bereiken of nieuwe niches te creëren. HCK zal zich met betrekking tot de afzetmarkt niet alleen regionaal oriënteren, maar ook nationaal en incidenteel internationaal.

Alle leden van HCK zijn projectlid en betalen een projectbijdrage. Deze projectbijdragen worden gebruikt voor de financiering van de concerten.

Verspreid over het jaarprogramma wordt van de leden gevraagd minimaal 5 kaarten te verkopen. Het merendeel voldoet hieraan en ook voor andere concerten kan steeds een beroep worden gedaan op de leden.

De concerten van HCK moeten in principe kostendekkend zijn uit de kaartverkoop. Het meer traditionele werk moet zorgen voor goedgevulde zalen en door het uitvoeren van vernieuwend, verrassend en aansprekend repertoire wordt het publiek enthousiast gemaakt voor bijzondere eigentijdse werken. Traditie, herkenning en verrassing. Hiermee kunnen we ook een uitstekende indruk achterlaten bij potentiële sponsoren.

Omdat in het verleden zonder structurele subsidieverstrekkingen is gewerkt en de kosten voor de concerten steeds hoger worden, zal in de toekomst meer gebruik gemaakt moeten gaan worden van garantstelling vanuit subsidieverstrekkingen. In eerste instantie wordt gebruik gemaakt van de Subsidie-regeling Cultuur van de gemeente Bergen op Zoom. Aanvullend zal het Prins Bernhard Cultuurfonds, het BKKC, het nationale Fonds voor de Podiumkunsten, het VSB-fonds en andere landelijke fondsen worden benaderd.

Daarnaast worden eigentijdse Crowdfunding projecten van m.n. Rabobank en de provincie Noord-Brabant onderzocht.

Om meer publiek te trekken zal HCK zich richten op de grotere steden in de regio Zuidwest Brabant. De producties van het HCK zullen meer op andere locaties te zien en te horen zijn. Met een groter publiek stijgen niet alleen de recettes, maar dienen zich ook meer mogelijkheden aan om sponsoren te werven en subsidies aan te trekken. Dat maakt weer meer bijzondere projecten mogelijk, deze genereren meer publiek en zo wordt de financiële situatie gezonder.

De financiële doelstelling van HCK is door middel van een meerjarenprogramma een lange-termijn kostenoverzicht te genereren, waarmee door fondsenwerving een gezondere financiële situatie wordt bewerkstelligd en waarmee financiële risico's beter kunnen worden afgedekt.

Een secundair doel is door een gezondere financiële situatie en het hanteren van reële begrotingen, de financiële positie van de gecontracteerde beroepsmusici te verbeteren.

Inkomsten

De inkomsten van HCK bestaan uit:

- Projectbijdragen van de leden van HCK;
- Contributiebijdragen van de leden van HCK;
- Recettes uit de concerten;
- Subsidies;
- Fondsbijdragen en sponsorgelden;
- Vriendenbijdragen;
- Bedrijfsvrienden- en sponsorbijdragen;
- Adverteerders.

Het entreegeld wordt per concert door het bestuur vastgesteld en bedraagt gemiddeld € 30,00 per persoon. Het streven is per concert minimaal 300 betalende bezoekers te ontvangen, dus $300 \times € 30,00 = € 9000,-$ per concert. De kosten per concert liggen ongeveer tussen € 10.000,- en € 20.000,-.

Om de speciale concerten te financieren wordt een entreegeld gevraagd van tenminste € 35,00 en er zijn 600 betalende bezoekers om kostendekkend te zijn.

Er zijn dus andere inkomsten (projectbijdragen, subsidies, sponsorbijdragen etc.) nodig om de kosten te kunnen blijven dragen.

Programmering

Door *actueel* en *horizontaal* te programmeren willen we een herkenbaar verwachtingspatroon creëren. Binnen dit patroon zullen we de bezoekers telkens verrassen met nieuwe bijzondere en mooie muziek. Op deze manier willen we bezoekers binden en marktaandeel vergroten:

Actueel: is in dit geval programma's afstemmen op specifieke feestdagen, herdenkingsdata (sterf- / geboortedatum van componisten).

Horizontaal: het jaarlijks terugkeren van bepaalde programma's/ programmastructuur. Bijvoorbeeld: een tweejaarlijks terugkerend passieconcert met bijzondere werken als alternatief voor het gangbare ijzeren repertoire (bv: Matthäus Passion).

De gemeenten en de provincies waarin concerten worden gegeven zijn de belangrijkste subsidiënten. Overige fondsen die worden aangesproken zijn o.a. het VSB-fonds, Rabobank stimuleringsfonds, Fonds21, Fonds voor de podiumkunsten.

Gezien het huidige politieke klimaat - waarin uitgaven van de centrale overheid ernstig worden gekort - is het noodzakelijk een goede relatie op te bouwen met de private sector.

Bedrijven kunnen bijdragen in geld (al dan niet voor een zichtbare tegenprestatie zoals reclame bij de uitvoering, in het programmaboekje, op de posters, de website, in advertenties voor uitvoeringen, enz.) of in natura (het beschikbaar stellen van locaties, consumpties, publiciteit, enz.). Naast de gebruikelijke tegenprestaties zullen we één of meerdere malen per jaar functies koppelen aan onze concerten waarbij sponsoren en hun relaties in staat worden gesteld om de musici in informele sfeer te ontmoeten. Het werven van sponsoren zal een terugkerend proces zijn.

Subsidies en fondsbijdragen worden afhankelijk van de verstrekker per project/ jaar/ meerjarenplan aangevraagd. Een programma wordt in elk geval in de regio uitgevoerd. Gezien de huidige ontwikkeling op subsidiegebied zal zo'n 30% van de inkomsten middels sponsoring moeten worden gerealiseerd. De totale inkomsten zullen de komende drie jaar – waarin jaarlijks vier producties gepland staan – rond de € 150.000,- moeten liggen, waarvan 45% recette/ 30% sponsoring / 25% subsidie. Het netwerk van concertlocaties zal ook verder uitbreiden met als gevolg een groter publieksbereik, meer naamsbekendheid, hogere bezoekersaantallen en dus hogere recette-inkomsten.

Uitgaven

De uitgaven van HCK bestaan uit:

- honorarium artistiek leider;
- honorarium repetities dirigent en koorrepetitor;
- honoraria van de (gecontracteerde) solisten en instrumentalisten;
- publicitaire kosten (onderhoud website, drukwerk – ontwerp en verspreiding);
- huur van de repetitieruimte, concertlocaties;
- concertkosten (artistieke vormgeving van decors, aankleding, enz.).

6. Begroting en jaarverslag

De Nederlandse overheid gaat in de komende jaren door met substantieel bezuinigen in de culturele sector. In de komende periode zal HCK zich meer moeten richten op het bereiken van een groot publiek en op ondernemerschap. Meer dan voorheen moeten muziekgezelschappen en instellingen eigen inkomsten verwerven, HCK dus ook. In de voorgaande hoofdstukken is aangegeven hoe HCK invulling geeft aan het realiseren van bovenstaande prioriteiten.

Nu worden de begroting en het verdienmodel van HCK besproken. De begroting van HCK is eenvoudig opgesteld: alle uitgaven worden gedekt door inkomsten uit kaartverkoop, fondsenwerving en uitkoopsommen. Per productie wordt een aparte begroting gemaakt die in principe sluitend moet zijn en geen ruimte overlaat voor winst noch verlies. Zo nodig wordt tussentijds de productiebegroting aangepast om dat vastomlijnde doel te bereiken.

Per jaar en per project wordt een begroting opgesteld. Deze begroting wordt gebruikt voor de werving van overheidssubsidies en sponsorbijdragen. Na afloop van elk project volgt een financieel verslag. Samenvattend wordt jaarlijks een financieel jaarverslag gemaakt.

7: Organisatie, Management & Cultural Governance

De cultuursector kenmerkt zich door grote diversiteit, maar voor de gehele sector geldt hetzelfde: het werken met gemengde financiering, risicobeheer, toezicht en verantwoording is zwaarder gaan tellen. HCK is zich hiervan bewust en hanteert de Governance Code Cultuur. De Governance Code Cultuur is een instrument voor een goed bestuur en toezicht in de cultuursector.

HCK onderschrijft de 9 principes van de Governance Code Cultuur:

Hoe gaan we bewust om met de code?

Principe 1: Het bestuur is verantwoordelijk voor het in acht nemen van de Governance Code Cultuur.

Hebben we een weloverwogen besturingsmodel?

Principe 2: Het bestuur kiest het besturingsmodel van de organisatie bewust.

Wat spreken we af over taken en werkwijze van het bestuur?

Principe 3: Het bestuur is verantwoordelijk voor de organisatie. Het bestuur is in- en extern duidelijk over de taken, bevoegdheden en werkwijze.

Welke afspraken maken we over bezoldiging?

Principe 4: De raad van toezicht stelt rechtspositie en bezoldiging van het bestuur zorgvuldig vast en is hierover zo open mogelijk.

Zijn rol, taken en werkwijze duidelijk vast gelegd?

Principe 5: De raad van toezicht legt zijn taken, verantwoordelijkheden en werkwijze vast en handelt daarnaar.

Hoe stellen we de raad van toezicht samen?

Principe 6: De raad van toezicht is verantwoordelijk voor zijn samenstelling: hij waarborgt deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid.

Liefdewerk oud papier?

Principe 7: De raad van toezicht geeft tevoren aan welke inzet van de leden wordt verwacht en welke eventuele vergoeding daar tegenover staat.

Hoe houden we toezicht en leiding onafhankelijk?

Principe 8: Toezichthouders en bestuurders vermijden elke vorm van belangenverstrengeling. De raad van toezicht ziet hierop toe.

Hoe verzekeren we ons van financieel toezicht?

Principe 9: Het bestuur is verantwoordelijk voor financieel beleid en risicobeheer door sluitende interne procedures en externe controle.

Hoe zit het met de directie?

Principe: Als de organisatie over een directie beschikt is het bestuur verantwoordelijk voor het functioneren van de directie.

Artistieke leiding

Artistiek directeur en concertorganisator, dirigent, solist (tenor): Alex Vermeulen;
 Artistieke ondersteuning, gastdirigent, koorrepetitor, concertpianist: André Telderman;
 Vervangend repetitor, (continuo)pianist: Toine Jimkes.

Bestuur

Voorzitter – PR-extern: Wil Dirks;
 Penningmeester en PR: Peter Verdult
 Secretaris: Ria Oude Kempers
 Bestuurslid - ledenbelangen: Leo van Loenhout;
 Bestuurslid – PR-activiteiten: Vacature.

Algemene eisen aan het *bestuur* als geheel

- Maatschappelijk heterogene samenstelling;
- Herkenbaarheid en geloofwaardig in de ogen van de belangrijkste stakeholders;
- Tenminste twee leden hebben binding met de regio waarin de stichting werkzaam is;
- De leden van het bestuur zijn complementair qua kennis, ervaring en netwerken;
- Het bestuur is evenwichtig samengesteld in termen van teamrollen.

Algemene eisen aan individuele *leden van het bestuur*

- Binding met de missie, ambitie en strategie van de stichting;
- Onafhankelijkheid van de leden (geen zakelijk belang, vrij van last en ruggenspraak);
- Brede maatschappelijke belangstelling;
- Inzicht in maatschappelijk en politieke verhoudingen;
- Aantoonbare bestuurlijke kwaliteiten dan wel toonaangevend in het eigen vakgebied;
- Sterke affiniteit met de werkvelden van de vereniging;
- Beschikken over breed netwerk;
- Gevoel voor humor;
- Bereid en in staat vrijwel alle vergaderingen bij te wonen en zich daar terdege op voor te bereiden. Een minimale beschikbaarheid van zes werkdagen per jaar.

Specifieke eisen aan de *voorzitter*

- Voldoende beschikbaarheid van de voorzitter;
- Bewust van specifieke rol (regisseur van het proces);
- Goede vergader-technische voorzitter;
- Ervaring met en kennis van relevante soortgelijke zaken elders;
- Integrerende kwaliteiten;
- Kwaliteiten op het gebied van conflicthantering;
- Diplomatieke en onderhandelingskwaliteiten;
- 'Personal fit' met de artistiek directeur van HCK (wederzijds vertrouwen en respect, geen rivaliteit).

Specifieke eisen aan de *leden van het bestuur*

- Bestuurlijke kennis en ervaring in de sector en/of in andere relevante organisaties;
- Kennis en ervaring met een of meer voor de muzieksector relevante aandachtsgebieden, zoals ondernemerschap, marketing, bestuurskunde, cliëntenperspectief, sociaal perspectief (sociale wetgeving, arbeidsmarkt), financiën, fusie/overname en integratie en organisatie en managementontwikkeling.