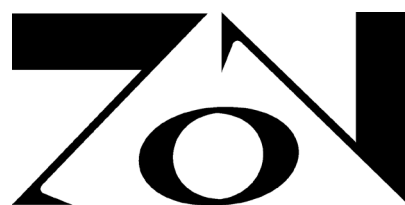


Meerjarenbeleidsplan

Stichting ZomerOrkest Nederland

2021 - 2023



Stichting ZomerOrkest Nederland
Schoonhovenhof 24
6843 GK Arnhem
IBAN NL93RABO0103613781
KvK 09167118



Inhoud

Toekomstvisie: vernieuwende verbindingen!	3
1. Artistiek plan.....	5
1.1. Inleiding	5
1.2. Verdeling verantwoordelijkheden.....	5
1.3. Artistieke doelstellingen	5
1.4. Speerpunten 2021 - 2023	5
2. Organisatorisch plan	7
2.1. Inleiding	7
2.2. Organisatiestructuur	7
2.3.1. Bestuur	7
2.3.2. Projectgroep	7
2.3.3. Leden bestuur en projectgroep	7
2.3. Speerpunten 2021 – 2023	7
3. Plan voor PR en Sponsoring	8
3.1. Inleiding	8
3.2. Organisatie PR & Sponsoring	8
3.3. PR Doelstellingen 2021 – 2023.....	8
3.4. Middelen om de PR-doelen te bereiken.....	9
3.5. Sponsoring doelstellingen 2021 – 2023	9
3.6. Middelen om de sponsoring doelen te bereiken	9
4. Financieel plan	10
4.1 Inleiding	10
4.2. Financiële verantwoordelijkheid.....	10
4.3. Doelstellingen 2021 – 2023	10
4.4. Middelen om de doelen te bereiken	10



Toekomstvisie: vernieuwende verbindingen!

ZomerOrkest Nederland, kortweg ZON, heeft een goed en succesvol concept in handen en dat al vele jaren lang. Hoewel de opzet in de basis niet veel veranderd is, is er in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in innovatie en project. Er vonden financiële investeringen plaats zoals vernieuwing van slagwerk, tenten en geluidsinstallatie. De ZON-app en ZON Academy werden ontwikkeld en de website werd in een nieuw jasje gestoken. Met al deze investeringen loopt ZomerOrkest Nederland voorop en vervult ZON een voorbeeldfunctie binnen de sector. Ook in de komende periode is het belangrijk om de vernieuwing niet los te laten en te blijven investeren in de toekomst.

Naast ZON heeft ook de wereld niet stilgestaan in de afgelopen jaren. Waar het verenigingsleven vroeger een belangrijke rol vervulde in de samenleving, is dat in de afgelopen jaren veranderd. Mensen willen zich minder binden en meer vrijblijvend keuzes maken. Het is niet meer vanzelfsprekend dat kinderen en jongeren bij een muziekvereniging gaan en hier ook blijven spelen. Sommige verenigingen hebben grote moeite om het hoofd boven water te houden. Aan de andere kant zijn er ook (project)orkesten die juist bloeien en groeien.

Belangrijkste doelstellingen voor ZON blijven promotie van de blaasmuziek en het stimuleren van talentontwikkeling. De komende jaren wil ZON onderzoeken op welke wijze samenwerking met andere kunstdisciplines mogelijk is tijdens de tournee, om zo een breder beeld te schetsen van de mogelijkheden van de blaasmuziek. Ook wil ZON zoeken naar nieuwe niet voor de hand liggende concertlocaties, om zo een breder publiek aan te trekken.

ZON kan een voorbeeldfunctie vervullen richting de bestaande orkesten, maar ZON kan ook leren van de successen van andere orkesten en projecten. Samenwerking is hierin de sleutel voor een duurzame toekomst. Het is hierbij belangrijk om in de samenwerking heldere doelen te formuleren, zodat de samenwerking ook echt vorm krijgt en geen concurrentie wordt van elkaar. Hiermee samenhangend wil ZON de komende jaren investeren in het opzetten en uitvoeren van een actief relatiemanagement beleid om een betere verbinding te zoeken met het huidige netwerk. Om voor de muziek uit te blijven lopen, wil ZON specifieke kennis vergaren voor het benutten en beheren van de al aanwezige, en nieuw te gebruiken, digitale kanalen. Op deze manier wil ZON blijven vernieuwen en een jonge doelgroep aan zich binden.

In de organisatie zijn in de afgelopen jaren veel wisselingen geweest. Dit is niet erg, maar het is wel belangrijk om de kennis, ervaring en vooral het netwerk niet te verliezen. Voor de komende beleidsperiode worden enkele taken vanuit de projectgroep (PG) naar het bestuur gehaald om zo de continuïteit te waarborgen. Het is van groot belang om te blijven investeren in het brede netwerk wat ZON heeft. In de komende beleidsperiode werken we aan de structuur van de organisatie en de rol- en taakverdeling tussen bestuur en PG. Het is belangrijk om de taken te verdelen en waar mogelijk op te delen in kleinere stukken. Zo wordt en blijft het in de toekomst aantrekkelijk voor vrijwilligers om een functie te vervullen binnen het bestuur en de PG.

In de komende periode wijzigt het verdienmodel. Uitgangspunt hierbij is om de deelnemersbijdragen zo laag mogelijk te houden. Zo blijft deelname aan ZON voor jongeren op financieel gebied laagdrempelig. Door middel van sponsoring wil ZON een



structurele inkomstenbron creëren. Op deze manier ontstaat er meer flexibiliteit op het gebied van concertopbrengsten. ZON wil er voor zorgen dat het vastleggen van concertlocaties niet alleen gebeurt vanuit financieel oogpunt, maar dat er ook aandacht is voor het feit dat een locatie ZON waardig moet zijn.

Eenzijds is de groep van Vrienden van Tante Dinie fors gegroeid over de afgelopen jaren. Hierin zou nog verder geïnvesteerd kunnen worden om tot uitbreiding van de Vrienden te komen en er daarnaast voor te zorgen dat de bestaande Vrienden betrokken blijven in de toekomst.

Anderzijds zijn we al vele jaren bezig met het opzetten van een sponsorplan. Dit heeft incidenteel wel iets opgeleverd maar de structurele omslag naar een ander verdienmodel is nog niet ingezet. Het is belangrijk om een concreet sponsorplan om te stellen en concrete en realistische sponsordoelen te benoemen. Dit hoeft niet van één partij afkomstig te zijn, maar kan ook door tien of twintig partijen gefinancierd worden. Hiermee is het een overzichtelijke en realistische doelstelling. Eventueel zou de sponsordoelstelling verder verhoogd kunnen worden om stijgende kostenposten zoals huisvesting op te kunnen vangen en ruimte in de begroting te creëren. Zo kan bijvoorbeeld het slagwerktransport onderdeel uitmaken van het sponsordoel. Belangrijk uitgangspunt is dat door een verandering van het verdienmodel het eenvoudiger zou moeten worden om de tournee te organiseren. De tijd die nu besteedt wordt aan het vinden van concertlocaties of een busje voor het vervoer van slagwerk gaat fors omlaag, waarbij het ook weer aantrekkelijker wordt om een taak op te pakken in de organisatie.

Samenvattend zijn de sleutelwoorden voor de aankomende beleidsperiode **vernieuwen** en **verbinden**. Blijven **vernieuwen** zonder het succes van het project te verliezen. We maken concrete en realistische keuzes in deze vernieuwing zodat er een echte meerwaarde is voor het project! We zoeken waar mogelijk de **verbinding** met andere partijen. We proberen niet altijd zelf het wiel uit te vinden, maar haken aan bij succesvolle projecten en programma's. Ook hier maken we concrete en realistische plannen zodat het een echte meerwaarde betreft voor het project.

Op naar **vernieuwende verbindingen!**

Bestuur ZomerOrkest Nederland

Januari 2021



1. Artistiek plan

1.1. Inleiding

De artistieke visie van ZomerOrkest Nederland is uitgangspunt voor de gehele organisatie. In dit hoofdstuk worden de speerpunten voor de artistieke organisatie voor de jaren 2021 – 2023 beschreven. Vervolgens worden de artistieke doelstellingen toegelicht en uitgewerkt in de verschillende onderdelen van het artistieke plan.

1.2. Verdeling verantwoordelijkheden

De artistieke organisatie van ZomerOrkest Nederland is verdeeld over bestuur en projectgroep. De artistiek leider is onderdeel van het bestuur en is artistiek eindverantwoordelijk voor ZON. Voor het lopende project wordt de artistieke organisatie aangevuld door één of twee orkestchefs uit de projectgroep en de geselecteerde dirigenten.

1.3. Artistieke doelstellingen

De hoofddoelstelling van Zomerorkest Nederland is tweeledig. Allereerst wil ZON de blaasmuziek promoten in de ruimste zin van het woord. Een ander belangrijk streven van ZON is de ontwikkeling van talent.

Deze hoofddoelstelling vertaalt zich in de volgende doelstellingen:

- ZON wil jonge talentvolle amateurmuzikanten en conservatoriumstudenten uit heel Nederland de kans bieden om met een kwalitatief goed orkest op tournee te gaan.
- ZON wil een aanvulling zijn op de reguliere orkesten. ZON wil deelnemers en toehoorders stimuleren blaasmuziek in de plaatselijke orkesten te beoefenen. Daarom bestaat het orkest alleen tijdens het project en heeft het geen vaste samenstelling van muzikanten en medewerkers. Het project geniet hierdoor dan ook veel respect en medewerking van orkesten, dirigenten, muziekscholen etc.
- ZON biedt de muzikanten een unieke kans om veel ervaring op te doen, kennis te nemen van goed repertoire en ook nog een prettige vakantiebesteding te hebben. De meeste muzikanten kennen elkaar vooraf niet. Er ontstaat binnen afzienbare tijd een hechte band waarbij het sociale aspect ook een zeer belangrijke plaats inneemt.
- ZON biedt de mogelijkheid aan jonge talentvolle dirigenten om met een enthousiast kwalitatief goed orkest te werken. De educatieve werking voor de dirigenten is enorm. De dirigenten zijn verantwoordelijk voor vorming van het orkest gedurende het repetitieproces en goede uitvoering tijdens concerten. ZON heeft dus duidelijk een lerende werking voor de dirigenten.
- ZON wil een bijdrage leveren aan de vernieuwing van het HaFaBra-repertoire en zo ook reguliere orkesten inspireren om opdracht te geven tot composities.

In het kader van het promoten van de blaasmuziek, heeft ZON ervoor gekozen om de drempel tot het beluisteren van concerten zo laag mogelijk te houden. Dit houdt in dat de concerten gegeven worden in de openlucht op plaatsen waar veel mensen samenkomen. Doel is om een zo breed mogelijk publiek in aanraking te laten komen met blaasmuziek. Denk hierbij aan marktpleinen, openluchttheaters, terrassen en winkelcentra. Het publiek bestaat uit liefhebbers van de blaasmuziek, maar ook uit passanten en andere aanwezigen, die normaal niet in aanraking komen met blaasmuziek. De jeugdige uitstraling heeft een enorme impact op het publiek.

1.4. Speerpunten 2021 - 2023

Uitgangspunt voor de artistieke visie van ZomerOrkest Nederland blijft promotie van de blaasmuziek en talentontwikkeling. De komende jaren zal er vanuit het bestuur extra ingezet worden op de volgende speerpunten:



- Het blijven houden van een open blik om de samenwerking aan te gaan met andere kunstdisciplines om, een gedeelte van de tournee, een breder beeld te schetsen van de mogelijkheden van blaasmuziek;
- Het zoeken van concertlocaties die niet voor de hand liggend zijn, maar daardoor een nog breder publiek bereiken. Een lange termijnplanning is hierbij van essentieel belang;
- De samenwerking met muziekverenigingen intensiveren door middel van de ZON Academy;
- Het zoeken van componisten waarbij we er zeker van zijn dat de compositieopdrachten blijvend gespeeld zullen worden.



2. Organisatorisch plan

2.1. Inleiding

Uit de artistieke visie, zoals beschreven in hoofdstuk 1, volgt het organisatorisch plan van ZomerOrkest Nederland. In dit hoofdstuk wordt eerst de organisatiestructuur beschreven om vervolgens tot speerpunten voor 2021 – 2023 te komen.

2.2. Organisatiestructuur

Om ieder jaar een tournee te kunnen organiseren, bestaat stichting ZomerOrkest Nederland uit verschillende overlegorganen, te weten het bestuur en de projectgroep (PG). Zij hebben elk hun eigen rol in de realisatie van het jaarlijkse project.

2.3.1. Bestuur

Het bestuur bestaat uit het dagelijks bestuur (voorzitter, secretaris en penningmeester), de artistiek leider, projectleider en een aantal bestuursleden met taken zoals PR, sponsoring en relatiebeheer. Het bestuur zorgt ervoor dat de randvoorwaarden om een succesvolle tournee te organiseren in orde zijn zodat de projectgroep de tournee kan organiseren. Het bestuur waarborgt de continuïteit van ZON en zet zich in om op lange termijn de doelstellingen van ZON te kunnen blijven realiseren. Het bestuur legt haar visie, doelstellingen en werkwijze per drie jaar vast in een beleidsplan.

2.3.2. Projectgroep

De organisatie van de tournee ligt bij de projectgroep (PG). De PG houdt zich bezig met de taken: orkestmanagement, concertacquisitie, huisvesting en voeding, PR, projectfinanciën, logistieke organisatie en projectleiding.

2.3.3. Leden bestuur en projectgroep

De organisatie van ZON bestaat uit mensen die op enige wijze geraakt zijn door ZON. Zij geven vanuit hun affiniteit met de blaasmuziek en hun competenties, opgedaan vanuit werk, studie, hobby of ervaring, op professionele wijze invulling aan hun functie binnen de organisatie. De inzet gebeurt op vrijwillige basis. Professionaliteit en organisatievermogen staan voorop, maar juist ook binnen de organisatie van ZON is er ruimte voor talentontwikkeling.

Kostbare kennis en ervaring mag niet verloren gaan. Het streven is om de bezetting binnen het bestuur te verduurzamen door te werken met een rooster van aftreden. In dit rooster van aftreden is er rekening mee gehouden dat het dagelijks bestuur niet gelijktijdig aftredend is.

2.3 Speerpunten 2021 – 2023

- De professionalisering van projectgroep en bestuur;
- Het verduurzamen van kennis binnen de organisatie;
- Het creëren van functieprofielen voor een efficiënte en duidelijkere taakverdeling;
- Het opstellen van jaarplanning voor bestuur;
- De ZON Academy als taak implementeren binnen de projectgroep.



3. Plan voor PR en Sponsoring

3.1. Inleiding

Aansluitend op de toekomstvisie en het artistiek en organisatorisch plan, volgt in dit hoofdstuk het beleidsplan voor Public Relations (PR) en Sponsoring. In een steeds veranderende samenleving verandert de positie van ZomerOrkest Nederland eveneens. Een goed plan voor PR en sponsoring is cruciaal om de continuïteit van ZON in de komende jaren te kunnen garanderen.

Het is belangrijk om alle doelgroepen rond ZON voldoende te betrekken, zowel in de periode rondom de jaarlijkse tournee als bij de aanloop en organisatie daaraan voorafgaand. Meerjarige overeenkomsten met partners zijn hierbij van belang. In dit plan zijn de doelstellingen voor de jaren 2021 – 2023 beschreven en worden op hoofdlijnen de middelen en activiteiten beschreven om de doelstellingen de komende jaren te kunnen behalen. Concrete acties zijn verder uitgewerkt in het actieplan PR & Sponsoring.

3.2. Organisatie PR & Sponsoring

In het bestuur van ZomerOrkest Nederland is één bestuurslid verantwoordelijk voor zowel PR als Sponsoring. Dit bestuurslid is verantwoordelijk voor het uitvoeren van het PR,- en Sponsorbeleid en daarmee voor de uitstraling (inclusief de huisstijl) van ZON naar buiten.

3.3. PR Doelstellingen 2021 – 2023

Voor 2021-2023 zijn op het gebied van PR de volgende doelstellingen geformuleerd:

Verder investeren in een communicatie richting betrokken doelgroepen

ZomerOrkest Nederland heeft sinds de oprichting vele relaties opgebouwd. Deze zijn verdeeld over diverse doelgroepen, zoals bijvoorbeeld de groep Vrienden van Tante Dinie. ZomerOrkest Nederland wil een regelmatige en transparante communicatie naar en met deze doelgroepen verder versterken.

Voor transparante communicatie is nodig dat uitingen van ZON op alle media voldoen aan de volgende vier aspecten:

- Een zakelijk / inhoudelijk correcte boodschap die helder is geformuleerd;
- Geschreven in een voor ZON herkenbare luchtige vrolijke stijl;
- Geschreven om de relatie met de doelgroep verder te versterken, een warme boodschap;
- Indien er sprake is van een oproep (verzoek om actie) appellerend aan het gezamenlijke ZON gevoel.

Door communicatie zo vorm te geven blijven doelgroepen actief betrokken bij ZomerOrkest Nederland. Dit is goed voor de samenwerking en de continuïteit van ZON.

Zoeken naar nieuwe activiteiten om bestaande doelgroepen te blijven binden

ZON heeft al jarenlang een sterke formule die aanspreekt en succesvol is. Toch is het van belang de bestaande band met doelgroepen verder te versterken. ZON wil hierbij innovatief blijven. De eigen ZON app is hier de afgelopen jaren een voorbeeld van geweest. Nieuwe tijden vragen om vernieuwende ideeën om te blijven verbinden met belangrijke bestaande doelgroepen.

Uitbreiden van de huidige doelgroepen door het aangaan van nieuwe verbindingen

Binnen de grote groep van relaties die ZON afgelopen jaren heeft opgebouwd is er nog een flinke groep mensen die veel voor ZON kunnen betekenen, (in een soort ambassadeurschap) maar die niet “officieel” verbonden zijn met ZON. In deze beleidsperiode zetten we acties op om deze groepen te verbinden met ZON. Deze nieuwe groepen kunnen nieuwe kansen geven die de organisatie van ZON verder kunnen



versterken.

Naast het uitbreiden en versterken van de doelgroepen wordt een plan opgesteld om aanwezig te zijn op belangrijke evenementen voor blaasmuziek om daar ZON te promoten. Door middel van persoonlijke ontmoetingen kunnen nieuwe relaties in de sector van de blaasmuziek worden aangegaan en bestaande relaties worden versterkt. Het positieve ZON-gevoel kan zo goed worden overgebracht.

3.4. Middelen om de PR-doelen te bereiken

Om bovenstaande doelstellingen te bereiken wordt de komende beleidsperiode gebruik gemaakt van de volgende middelen:

- Onderzoek naar bijdrage van de ZON-app in de communicatie en evaluatie van dit medium;
- Opzetten van een ambassadeurs doelgroep van professionals in de wereld van de blaasmuziek ter ondersteuning van artistiek beleid;
- Zoeken naar nieuwe, innovatieve, aanvullende manieren om bestaande doelgroepen te blijven binden;
- Naast multimediale communicatie ook met vertegenwoordiging en duidelijke boodschap aanwezig zijn op de belangrijke jaarlijkse evenementen voor blaasmuziek;
- Uitbreiden en verder professionaliseren van het materiaal voor PR en promotie, door o.a. aanschaf nieuwe stand voor PG buiten de tournee om ook gebruikt kan worden voor evenementen.

3.5. Sponsoring doelstellingen 2021 – 2023

Voor 2021-2023 zijn voor Sponsoring de volgende doelstellingen geformuleerd:

Uitbreiden van de lange termijn partnerships voor sponsoring ZON

Op dit moment zijn er een aantal partners die ZomerOrkest Nederland structureel ondersteunen. De meeste hiervan verlenen diensten zoals bijvoorbeeld het ontwerpen van huisstijl en uitingen, of het hosten van de website. Het doel is dit aantal uit te breiden en daarmee zowel de financiële als de operationele basis voor het ZON te versterken.

Uitbreiden van de sponsoring van één of meerdere tournees

Om voor de jaarlijkse tournees minder afhankelijk te worden van het betalen van het concert door de locaties, zal worden gezocht naar passende vormen om de tournee en de concerten te sponsoren. In hoeverre een commerciële aanpak hierbij past binnen de visie van ZON zal vooraf in het bestuur worden afgestemd.

3.6. Middelen om de sponsoring doelen te bereiken

Om bovenstaande doelstellingen te bereiken wordt de komende beleidsperiode gebruik gemaakt van de volgende middelen:

- Vaststellen van mate van commercie die mogelijk is bij sponsoring van ZON tournee door het bestuur;
- Versterken van de relatie met bestaande sponsoren door relatiemarketing;
- Werven van nieuwe lange termijn sponsorrelaties (situationeel op basis van leads, business to business).



4. Financieel plan

4.1 Inleiding

Vanuit het artistieke plan, het organisatorische plan en het PR- en sponsorplan volgt het financiële plan van ZomerOrkest Nederland. Om nu en in de toekomst te zorgen voor een stabiele financiële basis voor uitvoer van het project, stelt het bestuur van ZON een aantal speerpunten voor de komende jaren centraal. Allereerst worden in dit hoofdstuk de financiële doelstellingen 2021 – 2023 genoemd. Vervolgens wordt toegelicht met welke middelen deze doelstellingen behaald kunnen worden.

4.2. Financiële verantwoordelijkheid

ZomerOrkest Nederland heeft een penningmeester in het bestuur, die verantwoordelijk is voor de financiële plannen en afhandeling. Het bestuur is eindverantwoordelijk voor de totale financiën. Tijdens de tournee is een PG-lid verantwoordelijk voor de lopende financiële zaken (kas, pin, muntverkoop etc.) en legt dat vast voor de penningmeester.

4.3. Doelstellingen 2021 – 2023

Investeren in de “warme” relaties (vrienden en sponsoren)

De meest stabiele inkomstenbron van ZomerOrkest Nederland, naast de deelnemersbijdragen, is de bijdrage van de vrienden van Tante Dinie in de vorm van een gift van Melomaan. Investeren in de relatie met de Vrienden van Tante Dinie en vergroten van het aantal vrienden, voor een gecontroleerde verhoging van de bijdrage vanuit Vrienden van Tante Dinie. Daarnaast is het belangrijk sponsoren en anderen financieel of organisatorisch betrokkenen meer te betrekken. Hiermee wordt de continuïteit van het ZON gewaarborgd.

Grotere financiële onafhankelijkheid van bijdrage concertlocaties

ZON streeft ernaar om door het hele land op bijzondere plaatsen concerten te geven. Om dit meer in eigen hand te hebben is het belangrijk om de afhankelijkheid van concertbijdragen van de locaties te verlagen.

Investeren in duurzame verbeteringen/vernieuwingen/professionalisering

ZON wil voor de muziek uit lopen wat betreft vernieuwingen binnen (en buiten) de muziek. Dit kan zijn, instrumentarium of materiaal rondom de concerten, maar ook administratieverlichting of het voldoen aan nieuwe regels (AVG).

Kosten deelnemers laag houden

Hierbij moet een duidelijke afweging worden gemaakt tussen prijs/kwaliteit (in bijvoorbeeld voeding en huisvesting), waarbij een hogere kwaliteit (of inflatie) de deelnemersbijdrage niet of nauwelijks zou moeten beïnvloeden.

4.4. Middelen om de doelen te bereiken

Om bovenstaande financiële doelen te behalen, worden de volgende middelen ingezet:

- Onderzoek naar slaaplocaties en hun prijzen en faciliteiten;
- Nieuwe vormen van sponsoring zoeken, concertsponsoring bijvoorbeeld;
- Het aanschrijven van kansrijke fondsen en het zoeken hiernaar;
- Nauwe contacten blijven bewaken met Stichting Melomaan;
- Onderzoek naar gebruik huidige middelen (PR-vormen online en offline, app, abonnementen, (digitale) archivering etc.) en zo nodig toevoeging of vermindering;
- Een goed relatiebeheer met concertlocaties om contacten warm te houden en om (jaren) later op terug te kunnen vallen;
- Financieel verder vooruit plannen (eerder begroten);
- Kosten/baten analyse uitvoeren.