



Bedrijfsplan 2025-2028

Lange termijn doelstelling

Artistiek: het realiseren van een kwalitatief hoogwaardig programma binnen onze kerntaken en doelen voor alle doelgroepen binnen geheel Limburg. Van een lichte stijging van het aantal concerten in het huidige werkgebied (Zuid- Limburg) tot een geleidelijke inbouw van concerten en activiteiten in Midden- en Noord- Limburg.

Zakelijk: stabiele organisatie, toegerust voor de toekomst van het internationaal festival. Daartoe behoren o.a. een gedegen financiële basis, doorontwikkeling van de organisatie, professionalisering van medewerkers voor productie, educatie, verwezen, hospitality en marketing, en verder een structurering op het terrein van educatie-programmering, hospitality en marketing.

Huidige situatie

Het festival is in 2012 gestart met een kleinschalig programma. De organisatie bestond uit een 2-hoofdige directie en een bestuur van 3 personen. In de loop van de jaren werd het festival sterk uitgebreid qua programmering. In 2017 is op basis van een meerjarenplan een belangrijke fundering gecreëerd, zowel artistiek als zakelijk. Het festival groeide uit tot een internationaal festival voor alle doelgroepen. Met als kerngebieden: concertbeleving, talentontwikkeling, cultuureducatie en participatie (sociaal-maatschappelijk). Het aantal concerten en activiteiten groeide gestaag, evenals de financiële basis daarvoor. Ook werd een stabiele bestuurs- situatie gerealiseerd. Momenteel bestaat het bestuur uit 5 personen, ieder met een eigen kennis- en ervaringsveld. Voor educatie en productie zijn medewerkers aangetrokken, die op basis van overeenkomsten van opdracht hun werkzaamheden verrichten. De directie bestaat nog steeds uit 2 personen (artistiek en zakelijk).

Om consistentie te waarborgen zijn maatregelen noodzakelijk. E.e.a. betekent onder meer, dat voor verschillende werkzaamheden structureel invulling gegeven dient te worden op personele vlak. Wij zullen voor bepaalde functies – werkzaamheden - kundige beroepskrachten aanwerven, waarvoor wij structureel middelen vrijmaken in de begroting. Met name op het gebied van educatie, verwezen, participatie, hospitality en marketing zullen deze personen werkzaam zijn. Deze vakkrachten worden ondersteund door vrijwilligers, eveneens met affiniteit op bedoelde taken – werkzaamheden. Momenteel werken wij al aan een meerjarig plan voor hospitality-marketing en gaan wij in 2024 verder op zoek naar geschikte medewerkers. Beide voornemens hopen wij de in de loop van 2025 te kunnen realiseren.

Een belangrijke omslag staat op directieniveau op touw. De huidige directieleden zullen, gelet op hun leeftijd en langdurige verbintenis met de organisatie, op termijn stoppen. Voor de zakelijk directeur is dat uiterlijk per 01.01.2026 en voor de artistiek directeur geldt een geleidelijke afbouw, die uiterlijk eind 2028 zal zijn afgerond. Voor beide functies zijn directieprofielen opgesteld, welke als basis zullen gehanteerd worden bij de zoektocht naar opvolgers. Een belangrijke rol bij de procedure tot opvolging van de directie kan het advies van Het Bunschoten Fonds zijn (zie verder pagina 2).

De gewenste uitbouw van het festival, zoals opgenomen in dit meerjarenplan, vergt ook een uitbouw en verdere professionalisering van de organisatie. Het bestuur heeft zich vanuit dat gegeven, in combinatie met de voorziene directiewisseling, de vraag gesteld welke strategische uitgangspunten moeten worden gehanteerd bij de verdere uitbouw van de organisatie, zodanig dat deze maximaal de gewenste programmatische ontwikkeling van het festival faciliteert.

Om het bestuur te ondersteunen bij het beantwoorden van deze vraag is contact gezocht met het Bunschoten Fonds. Dit fonds ondersteunt o.a. organisaties in de culturele sector bij vraagstukken op het terrein van (organisatorische) doorontwikkeling en professionalisering. Dat contact heeft erin geresulteerd dat het Bunschoten Fonds Vocallis als een van de twee instellingen in Nederland geselecteerd heeft voor verdere, structurele ondersteuning. Deze ondersteuning wordt gestart met een professionele, onafhankelijke Quick Scan van de complete organisatie en onze activiteiten. Deze Quick Scan wordt, in opdracht van het Bunschoten Fonds, uitgevoerd door Niels Veenhuizen van het internationale bureau Cause4. De Scan zal naar verwachting in het eerste kwartaal 2024 zijn afgerond, waarna Het Bunschoten Fonds zal beoordelen hoe de verdere ondersteuning voor onze organisatie eruit zal zien. Dat kan op verschillende manieren. Bijvoorbeeld met de feitelijke inzet van expertise op specifieke gebieden (inrichting organisatie, management, communicatie/PR) of het inrichten en uitvoeren van opleidingstrajecten voor medewerkers/vrijwilligers en/of een (structurele) financiële bijdrage om Vocallis in de gelegenheid te stellen expertise in te huren

Het moge, gelet op deze ontwikkelingen, duidelijk zijn dat wij in deze fase van (door)ontwikkeling nu geen voorschot kunnen nemen op de uiteindelijke organisatorische/bedrijfsmatige vormgeving van Vocallis, maar we hebben wel contacten gelegd met professionals die ook op termijn een bijdrage willen leveren aan de artistieke vormgeving van het festival in de komende jaren én los van de vraag in welke functie of organisatievorm die bijdrage gestalte zal krijgen.

Inmiddels heeft Raoul Steffani (winnaar Nederlandse muziekprijs 2023) zijn medewerking toegezegd. Hij heeft de ambitie op het artistieke vlak een meerjarige bijdrage te willen leveren aan de programmering van het festival. Daarbij kan gedacht worden aan een aantal taken die nu door de artistiek directeur worden uitgevoerd. De verdere invulling zal in de loop van de komende 4 jaren gerealiseerd worden. Er zijn ook contacten gelegd met andere geïnteresseerden, die vanuit hun eigen netwerken en onderscheidende expertises de artistieke programmering in de toekomst kunnen ondersteunen.

Om voldoende gekwalificeerde mensen aan te kunnen trekken is het noodzakelijk in de begroting hiervoor ruimte te hebben. De bedragen die tot heden beschikbaar zijn voor honorering van de zittende directieleden bieden onvoldoende mogelijkheden op termijn gekwalificeerde vervangers aan Vocallis te kunnen binden.

Op basis van bovengeschetste ontwikkelingen hebben wij het volste vertrouwen in een vakkundige overgang naar de nieuwe situatie. Een situatie, die ons voldoende zal toerusten voor de komende jaren. Bij de werving van nieuwe medewerkers zullen wij nadrukkelijk rekening houden met de Code Diversiteit en Inclusie.

Financieel gezien kunnen wij, bij honorering van deze subsidieaanvraag, de uitdagingen aan en voornemens realiseren. Ook de komende jaren zullen wij blijven inzetten op voldoende externe fondsenmiddelen en overheidssubsidies. Dankzij ons groot netwerk van fondsen zullen wij, evenals de afgelopen jaren, er telkens weer in slagen de benodigde middelen te verwerven. Een omslachtig en arbeidsintensief traject weliswaar, maar voor onze organisatie een belangrijk financieel aspect. De afgelopen jaren ontvingen wij subsidies van lokale overheden op jaarbasis. Dat proberen wij de komende jaren te veranderen in financiële afspraken over meerdere jaren. Ook biedt de programmering in nieuwe gemeenten (met name in Midden- en Noord-Limburg) weer nieuwe mogelijkheden in de vorm van subsidies. Een bepaalde vorm van structurering dus. Voor de private inkomsten willen wij vanuit een heldere structuur jaarlijks betere resultaten behalen. Hiervoor trekken wij naast een professional ook enkele vrijwilligers aan. Vanuit deze gefundeerde basis kan structureel uitvoering gegeven worden aan onze marketingplannen. Met als resultaat hogere inkomsten op dit terrein. Zowel voor bedrijven als voor particulieren. In het onderdeel marketingactiviteiten en prijsstrategie gaan wij hier gedetailleerder op in.

SWOT ANALYSE

STERKTES

Kleine organisatie
Onderscheidend in programmering
Groot doelgroepenbereik
Provinciale en euregionale spreiding
Grote diversiteit aan externe financiering

ZWAKTES

(Te) kleine organisatie
Sponsoring - particuliere middelen
Zichtbaarheid
Directie "op leeftijd"

Samenwerking met groot aantal organisaties

Sociaal maatschappelijke verankering

Plek geven aan jong talent uit de (Eu-)regio

KANSEN

Verjonging van artistieke adviescommissie

Nieuwe directie

Uitbreiding vrijwilligersbestand (expertise)

Meerjaren afspraken met gemeenten

Nieuwe gemeenten – nieuwe subsidiemogelijkheden

Professionaliseren-structureren-stabiliseren

Toelichting

Sterktes

Stichting Vocallis is een kleine organisatie met een bestuur van 5 personen en een directie van 2 personen, de inzet van een extern pr- en communicatiebureau, vrijwilligers voor productie en techniek, als ook externe adviseurs voor educatie en concertprogrammering. Dat maakt het eenvoudig te werken – korte lijnen – snelle beslismomenten indien noodzakelijk. Verder werken wij met een strakke jaarplanning wat de uitvoering van de taken en bijkomende werkzaamheden betreft.

Aangezien wij volgens onze kerntaken midden in de maatschappij staan, bereiken wij veel doelgroepen. Van jong tot oud in diverse gradaties. Dat maakt het eenvoudiger om overlappende activiteiten te ontwikkelen en uit te voeren met daarnaast als doel nieuw publiek te genereren. Ook is het grote doelgroepenbereik van belang voor de jaarlijks keuze voor fondsenaanvragen.

Onze activiteiten vinden plaats in een veelvoud aan gemeenten en locaties. Met veel gemeenten werken wij al jaren samen. Datzelfde geldt ook voor locaties. Dat belet ons evenwel niet om jaarlijks, met het oog op de programmering, telkenmale naar mogelijke en geschikte nieuwe locaties te kijken.

Wij zijn al enkele jaren bezig met de programmering op euregionaal niveau. Zo vindt de internationale masterclass in de Hochschule für Musik und Tanz Köln, Standort Aachen plaats. Het jaarlijks terugkerend 2-korenconcert vindt in La Calamine (België) plaats en een topconcert wordt jaarlijks geprogrammeerd in Oud-Rekem (België). Al deze activiteiten zijn gestoeld op een structurele samenwerking met organisaties ter plekke (Masterclass – Hochschule/ 2-korenconcert – gemeente La Calamine en kon. Mannenkoor La Calamine/ topconcert – CC Lanaken).

Zwaktes

Te kleine organisatie. Hoewel een kleine organisatie van voordeel kan zijn, constateren wij toch, dat de werkdruk binnen onze organisatie sterk is toegenomen en de organisatie niet is meegegroeid. Dat heeft ertoe geleid, dat de last op de schouders van met name de directie te zwaar is geworden. In dit plan geven wij aan hoe wij hiervoor een structurele oplossing zien.

Sponsoring – particuliere middelen

We moeten vaststellen, dat het verwerven van inkomsten via particulieren en sponsoren niet aan onze verwachtingen voldoet. De aanpak hiervan is niet consistent en is van jaar tot jaar wisselend. Dit onderdeel van de begroting is niet bepaald het sterkste deel. Maar staat in relatie met het onder het hier bovenstaande genoemde punt van werkdruk. In het plan marketingactiviteiten hebben wij vastgelegd hoe wij dit knelpunt gaan aanpakken en oplossen.

BEDREIGINGEN

Pandemieën

Inkomsten

Zichtbaarheid

We stellen een sterke groei van de naamsbekendheid van Vocallis vast de afgelopen jaren. Desondanks weten wij nog niet overal een groot publiek te bereiken. Het schort met name aan de zichtbaarheid binnen ons werkgebied. Ondanks een sterk verbeterde pr- en communicatie aanpak. Zichtbaarheid is nog een verbeterpunt. In het pr- en communicatieplan – bijgevoegd – geven wij de nodige oplossingen aan.

Kansen

Ingaande 2025 zullen wij ook activiteiten/ concerten programmeren in Noord- en Midden- Limburg. Daartoe zullen wij ter plaatse eveneens inzetten op een langdurige samenwerking met organisaties aldaar. Wij starten met 3 activiteiten/ concerten en zullen dit jaarlijks met enkele speelplaatsen uitbreiden. Met deze programmering bereiken wij weer nieuw en ander publiek, hetgeen ook voor de overige programmering van Vocallis van belang kan zijn.

Meerjaren afspraken met gemeenten. In het kader van ons streven naar een verdere duurzame ontwikkeling zullen wij met de deelnemende gemeenten in overleg gaan om een langdurige, meerjaren afspraak te maken over de jaarlijkse subsidiëring. Enerzijds om de processen van subsidieaanvragen en procedures te vereenvoudigen, anderzijds om meer consistentie in programmering en financiering te krijgen. Ook biedt de verdere uitbreiding van de programmering in met name Midden- en Noord-Limburg mogelijkheden om bij de geselecteerde gemeenten aldaar subsidies aan te vragen.

Professionaliseren-structureren-stabiliseren. Met de in dit plan verwoorde professionalisering verwachten wij meer structuur en consistentie te bereiken in de toekomstige ontwikkelingen rondom onze programmering en bedrijfsvoering. Voornamelijk te realiseren met het structureel aanpakken van de knelpunten en onze toekomstvisie. Wij zijn ervan overtuigd dat deze aanpak tot een stabilisering zal leiden.

Bedreigingen. Een pandemie, zoals afgelopen jaren de Coronapandemie is ook voor onze organisatie een enorme uitdaging. Toch proberen wij ook in toekomstige situaties een programma te kunnen aanbieden en te realiseren. Weliswaar aanmerkelijk kleiner, maar daar waar mogelijkheden liggen, zullen wij die oppakken. Zoals wij bijvoorbeeld ook in 2021 hebben gedaan met een kleinschalige productie.

Mondiale ontwikkelingen kunnen leiden tot het onder druk zetten van onze externe inkomsten.

PR en Communicatieplan 2025-2028

Uitvoering: 't Swarte Schaap i.s.m. directie

Terugblik 2023

Nieuwsbrieven: aantal verzonden nieuwsbrieven: 18 - totale bereik: 32.156 - aantal abonnees: gemiddeld 1.787

Social Media (Facebook – Instagram): aantal geplaatste berichten: 72 berichten op Facebook en Instagram - bereik Facebook: 16.113 - bereik Instagram: 329 - bezoeken Facebook: 3.335 - bezoeken Instagram: 214

Website: aantal paginaweergaves: 24.300 - aantal paginaweergaves per sessie: 2,9 - aantal sessies: 8.500 - gemiddelde duur sessie: 02.17 - aantal bezoekers: 6.400 - bouncepercentage: 29,3% - bezoek vanaf laptop: 49,1% - bezoek vanaf mobiel (tablet en smartphone): 50,1%

Magazines:

ZOUT – advertentieblok, halve pagina advertorial, items in cultuuragenda – 10x

ZING – Advertentie in augustus editie en in september editie

Chapeau – advertorial en artikel in september editie

Weekblad Troubadour – advertentie en hele pagina advertorial in oktober editie

VIA Maastricht/ Valkenburg/ Beek/ Vaals- advertentie en aankondigingen

Dagbladen:

Aachener Zeitung – advertentie in oktober

De Limburger – 2 advertenties in oktober

De Limburger - interview (12 oktober 1,75 pagina)

De Limburger – artikel (17/ 19 oktober)

De Limburger – artikel

De Limburger – ingezonden brief (25 oktober)

De Limburger – artikel over aantal bezoekers en hoogtepunten (8 november)

VOILÀ - Bijlage De Limburger "BIJZONDERE MUZIEK OP BIJZONDERE PLEKKEN" (28 september)

Wochenspiegel (B) – advertentie in oktober

ABRI-posters: 2 rondes van 15 posters in september en oktober

Radio: L1 – periodieke spots in oktober en november/ Radio 4 klassiek – spots van 15 en 5 seconden – 2 weken in oktober – 10x per dag

Affiches-posters: A-3 posters – gemeenten Meerssen, Voerendaal en Vaals, 10 posters met programma per gemeente

Programmabrochure: hoogwaardige glossy brochure op A4 formaat met een oplage van 1500 exemplaren.

Plan 2025-2028

<u>Items</u>	<u>Omschrijving en frequentie</u>
Nieuwsbrief	Nieuws - 1x per maand/augustus + september: 2x per maand/oktober + november: wekelijks
Nieuwsbrief extern	Nieuws via partnerorganisaties - minimaal 1x
Social Media	Facebook – eigen bericht - maart t/m augustus: 1x per maand/september-december: 2x per maand/oktober + november: wekelijks
Facebook	relevant bericht (b.v. over musici) - maart t/m augustus: 1x per maand/ september + december: 2x per maand/oktober + november: wekelijks
Instagram–	eigen bericht - maart t/m augustus: 1x per maand/september + december: 2x per maand/oktober + november: wekelijks
You Tube	eigen of relevant bericht - maart t/m augustus: 1x per maand/september + december: 2x per maand/oktober + november: wekelijks
Social Media extern	berichten via partnerorganisaties, musici en locaties/minimaal 1x
Website	upgraden eigen website – meertalig/periodiek actualiseren.
Websites extern	specifiek nieuws op sites van partners en locaties, zoals bijv./permanent CC Lanaken (concert en kaartverkoop Rekem) Hochschule Aken (masterclass+ slotconcert) Gemeente Kelmis (korenconcert) Veldeke Limburg (opdrachten en concert(en))

	Theater aan het Vrijthof (programma en kaartverkoop openingsconcert)
	De Kopermolen Vaals (programma en kaartverkoop)
	en andere organisaties.
VVV Zuid-Limburg	vermelding data festival op site VVV- permanent
Programmabrochure	Magazine festival compleet - 1500 exemplaren
Programmaboek extern	CC Lanaken - Theater aan het Vrijthof
Flyers educatie	Educatieprogramma - 2000 exemplaren
Affiches	Diverse gemeenten - 10 per gemeente
Radio-TV	Interview(s) op L1 - 1x/Opname en uitzending concert(en) 1-3x
	Reclamespots op Radio 4 – klassiek - 20 – 40x
3-Hoeksborden	Aankondiging festival (zichtbaarheid) - ca. 50 x
	Strategische plekken in deelnemende gemeenten,
	overige gemeenten, zoals Heerlen, Kerkrade, e.d.
ABRI-posters	Strategische plekken in m.n. Zuid-Limburg - 2x 2 weken
Persberichten	lokale, regionale, provinciale en euregionale kranten en weekbladen/ parochiebladen
Aankondigingen	Agenda's van bovengenoemde kranten/weekbladen
Advertenties	In magazines en kranten. Zoals Limburgs Dagblad, Grenz-Echo/ Wochenspiegel België, ZOUT, Luister, Klassieke Zaken, Zing Magazine, Chapeau, e.a.



Vocallis

Wat is onze kernactiviteit

Festival Vocallis biedt jaarlijks een afwisselend thematisch festival programma in Zuid-Limburg op bijzondere locaties, in de periode oktober-november.

Gericht op het stimuleren van de (klassieke) zangkunst/de stem met duurzame aandacht voor talentontwikkeling, educatie en aandacht voor het sociaal-maatschappelijke element.

Festivaldeelnemers kunnen genieten van concerten, film, masterclasses, lezingen tot en met cabaret.

Vocallis

Motivatie van begunstigers

Subsidiegevers

- Aandacht voor cultuur specifiek de (klassieke) zang
- Young talents meer podia bieden
- Educatie (klassieke) muziek willen uitdragen
- Limburg (provincie) als ambassadeur laten optreden/promotor
- (Euri)Regionaal (Heuvelland) een breder culturaanbod geven
- Toegankelijk voor kwetsbare doelgroepen (inclusiviteit/sociaal maatschappelijk)

Fondsen

- Hun doelen en wensen kunnen realiseren
- Impact maken met hun middelen

Sponsors

- (nieuw) publieksbereik voor de sponsor
- Netwerk verbindingen
- Zich profileren met deze specifieke cultuur
- Talenten & educatie stimuleren
- Betrokkenheid bij de regio en/of specifieke doelgroepen

Vocallis

Motivatie van begunstigers

Adoptanten

- Muziek/cultuurliefhebber die festival wil steunen en behouden
- Zich profileren met deze specifieke cultuur
- Talenten & educatie stimuleren
- Betrokkenheid bij de regio en/of specifieke doelgroepen

Vrienden/ Sympathisanten

- Muziek/cultuurliefhebber die festival wil steunen en behouden
- Betrokkenheid bij de regio en/of specifieke doelgroepen

Ambassadeurs

- Geen geldelijke bijdrage maar:
- Kennis/expertise - (denktank)
- Netwerk inzetten
- Promotorrol
- Feedbackrol - (social media, columns/recencies)
- Vrijwilligerswerk

Vocallis

Motivatie van begunstigers

Partnership

- Gezamenlijk concertprogramma:
- inhoudelijk win-win concept
- Netwerken inzetten en verbinden
- Promotorrol over en weer

Vocallis

Hoe binden we onze begunstigers?

Van donatie naar relatie

Niet de gift, maar de betrokkenheid van de donateur staat bij succesvolle fondsenwerving centraal. We betrek hem/haar bij de kernactiviteiten en stimuleren eigen acties van vrijwilligers die fondsen willen werven. En investeren in de relatie en verrassen donateurs en vrijwilligers. Loyaliteit levert op termijn meer op dan veel nieuwe donateurs die eenmalig geven.

Vocallis

Gewenste inkomsten uit de subdoelgroepen voor 2025-2028

Sponsor	3 hoofdsponsors ad € 2.500 (verbonden aan Liedprijs, hoofd(thema) programma's)
Adoptant	6-8 adoptanten ad € 500 concert/talent steunen - verdere uitbouw komende jaren naar 15 adoptanten
Vriend/ Sympathisant	€ 1.500 / € 1.500 - Vriend € 49 en resp. € 99 - Sympathisant (vrije gever) vanaf € 25

Vocallis

Doelgroep **Sponsor**

Sponsor

- Financiële bijdrage vanaf € 2500
- Voor 2024 keus uit:
 - Liedprijs sponsor of
 - Verbonden aan een van de hoofd(thema)concerten
- Denk ook aan Sponsoring in natura: drukwerk, bloemen, drankjes, apparatuur etc.
- Naam/logovermelding
- 10 vrijkaarten concerten
- Uitnodiging bij ontvangsten & Specials (meet & greet musici)

Vocallis

Doelgroep **Adoptant**

Adoptant

- Financiële bijdrage vanaf € 500
- Voor 2024 keus uit:
 - Adoptie van een Festival concert
 - Adoptie van een young talent
- Naam en logovermelding bij adoptantconcert
- 4 vrijkaarten bij het adoptantconcert
- Meet & greet met musici van het concert

Vocallis

Doelgroep **Vriend/Sympathisant**

Vriend/
Sympathisant

- Vriend Financiële bijdrage € 50 resp. €100
- 1 vrijkaart resp. 2 vrijkaarten
- Nieuwsbrief
- Sympathisant (vrije gift) vanaf € 25
- geen tegenprestatie
- Nieuwsbrief

11

Vocallis

Doelgroep **Ambassadeur**

Ambassadeur

Modulair, afhankelijk van ambassadeursrol

- Wat is volgens ons hun rol bij Vocallis?
- Hoe zien zij zelf hun rol/bijdrage (matchen verwachtingen)
- Experts (inhoudelijk)
- Verbinders naar netwerken/talenten
- Promotorrol
- Actieve rol in het festival als deelnemer
- Denktank (sparring rol)
- Feedbackrol
- Websitevermelding
- Vrijkaarten concerten
- Aanwezig bij netwerken & specials
- Column/recensie bijdrages

12

Vocallis

Doelgroep **Partnership**

Partners

Modulair, afhankelijk van de samenwerking

- Wederzijds belang van samenwerking?
- Verbinders naar netwerken/talenten
- Promotorrol
- Actieve rol in het festival als deelnemer
- Feedbackrol
- Websitevermelding
- Vrijkaarten maatwerk in overleg
- Netwerken delen
- Media/marketing samenwerking

13

Vocallis

Externe communicatie

Zichtbaarheid creëren met de doelgroepen

See

- Nieuwsbrief
- Nieuwtjes delen door het jaar met je Vrienden/Adoptanten/Sponsors & Partners en Begunstigers
- Meedenken en een rol bij het programma
- Mogelijkheid om als vrijwilliger bij te dragen
- Member gets member – Vrienden en Partners gratis een introducee meenemen

Do

Care

- Personal Hospitality zie next slide

14

Vocallis

Personal Hospitality

Warm welcome gevoel creëren met de doelgroepen

- Personal Hospitality - sluit aan bij de drijfveren van de gevers
- Ontvangst bij concerten in netwerkverband
- Uitnodiging voor het midzomer Festival concert (opmaatconcert naar het festival)
- Previewlezing over het Festival
- Meet & Greet met de musici, artiesten
- Naamsvermelding op de website, programmaboekje
- Adoptie van een eigen concert, unieke sponsoring
- Specialties in overleg
- Vriendencadeaubon
- Member gets Member (meenemen van een introducee)
- Gesigneerde gadgets, denk aan een CD met handtekening en quote van de musicus
- Feedbackpanel vrienden, adoptanten en sponsors

15

Vocallis

Balans tussen uitvoering activiteiten en financiële positie

De stichting had ultimo 2023 een bescheiden eigen vermogen. Onze inzet is om de komende jaren dit eigen vermogen te verhogen om zodoende beter toegerust te zijn voor mogelijke noodsituaties.

De financiële positie staat ons dus niet toe grote risico's te nemen in 2024. Wij vinden een balans tussen onze activiteiten en de financiële positie door, op basis van het voorlopige festivalprogramma, subsidies, bijdragen en sponsorgelden aan te vragen en het programma definitief vast te stellen zodra voldoende zekerheid is over de dekking hiervan. Wij zijn in staat om, vanwege o.a. het brede doelgroepenbeleid, veel fondsen en andere externe financiers aan ons te binden. Het aanvragen van fondsen is weliswaar arbeidsintensief, maar biedt ons ook de mogelijkheid jaarlijks de gestelde doelen te bereiken. En met een nieuwe, gestructureerde aanpak van onze marketingactiviteiten zijn wij vol vertrouwen ter zake.

Balans in personele zin tussen overhead en activiteiten

Stichting Vocallis heeft geen personeel in vaste dienst. Met de artistiek leider en de zakelijk leider, die samen de directie vormen, wordt jaarlijks een contract afgesloten. Zij zijn ZZP'ers. Elk jaar wordt na afsluiting van het festival een evaluatie gehouden waarbij het bestuur de prestaties van de directie beoordeelt en bespreekt en waarbij ook de werkdruk aan de orde komt. Naar aanleiding van de laatste evaluatie is geconstateerd, dat de werkdruk voor de directie behoorlijk is toegenomen. Vandaar dat wij hebben besloten voor een aantal, afgebakende onderdelen binnen onze organisatie en de programmering externe deskundigen aan te werven op professionele basis. Hierbij

gaat het om de werkgebieden educatie en marketing-hospitality. Ook maken wij ruimte voor een professionele tekstschrijver, meerdere vrijwilligers voor productie. In de begrotingen voor 2025 – 2028 hebben wij hiervoor al structureel middelen vrijgemaakt.

Zoals al bij de lange termijn doelstelling aangegeven, zal de huidige directie tijdens de periode 2025-2028 worden vervangen. De nieuwe medewerkers zullen marktconform worden gehonoreerd en ook hiervoor kunnen wij structureel rekening houden binnen onze begrotingen. Ook zullen de nieuwe medewerkers een vast contract krijgen aangeboden om nog meer ons consistent beleid te kunnen waarborgen.

Desondanks verliezen wij daarbij een weloverwogen balans tussen overhead en activiteiten niet uit het oog. Daarbij hanteren wij een verhouding van 30% tot 70%.

Financieringsmix en onderliggend verdienmodel

Onze kosten worden gedekt door subsidies van de overheid (provincie en gemeenten), bijdragen van private fondsen, bijdragen van instellingen en bedrijven (sponsoring), advertenties, recettes en donaties van vrienden. De overheidssubsidies bedroegen de laatste jaren ca. 40% van de totale kosten. Als gevolg van onze gratis toegankelijke activiteiten voor ouderen, peuters, kinderen en scholieren, en ook op basis van onze visie om onze activiteiten toegankelijk te maken, c.q. te houden voor alle lagen van de bevolking, vormen de recettes een relatief gering percentage van de inkomsten, ca. 18% (gemiddelde over 4 jaren).

Strategie bij tegenvallende inkomsten

Voordat het programma definitief wordt vastgesteld, is al er een grote mate van zekerheid over de inkomsten. Het grootste risico vormt dan tegenvallende recettes. En dat is voor ons een beperkt risico. Mocht op enig moment toch sprake zijn van een worst-case, zal een dreigend exploitatietekort worden afgewend door extra geldschietters te vinden of het annuleren van een concert of activiteit. En in uiterste nood kunnen de organisatiekosten nog eens tegen het licht gehouden worden. In het verleden is het bij hoge uitzondering voorgekomen dat een concert wegens teleurstellende voorverkoop is geannuleerd. Bijna alle toegangskaarten worden online in de voorverkoop besteld. De kassaverkoop direct voorafgaande aan het concert zijn niet omvangrijk. We hebben dus een goed zicht op de kaartverkoop.

Personeelsbeleid en goed werkgeverschap in relatie tot geleverde en verwachte activiteiten

Het bestuur streeft naar continuïteit en kwaliteit en hecht er daarom aan om medewerkers zo lang mogelijk aan de organisatie verbinden. De huidige artistiek leider is vanaf 2017 betrokken, de zakelijk leider vanaf 2012. Voor pr en communicatie is sinds januari 2023 een nieuw bedrijf aangesloten. De medewerkers, werkzaam binnen de programmering zijn sinds 2018 verbonden. Datzelfde geldt ook voor de medewerker voor productiewerkzaamheden.

Momenteel heeft het bestuur de navolgende functies ingevuld met externe deskundigen:

Artistieke leiding, verantwoordelijk voor de programmering, Gert Geluk. Zakelijke leiding, verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken, de organisatie en de uitvoering, Jo Zinken. Zij vormen samen de directie.

Pr en communicatie, verantwoordelijk voor de uitvoering van het pr en communicatiebeleid, 't Swarte Schaap, gevestigd te Heerlen.

De directie neemt deel aan de bestuursvergadering en informeren het bestuur over de voortgang met betrekking tot de vastgestelde plannen. Periodiek neemt ook de medewerker pr en communicatie hieraan deel. Binnen het bestuur is de voorzitter aanspreekpunt voor genoemde medewerkers. De medewerkers worden aangestuurd door de zakelijke leiding. Tweemaal per jaar is er een gezamenlijk overleg tussen bestuur, directie en medewerkers. Enerzijds om de vastgestelde plannen en doelen te bespreken, anderzijds voor een evaluatie van het gerealiseerd festival. De afspraken daarvan worden vastgelegd in verslagen.

Werkgroepen voor concertprogrammering, cultuureducatie en internationale masterclass zijn samengesteld uit externe deskundigen. Vrijwilligers nemen de productiewerkzaamheden, de techniek en de begeleiding van musici voor hun rekening.

Deze werkwijze is de laatste jaren succesvol gehanteerd en tot tevredenheid van alle betrokkenen.

Zoals al eerder vermeld, is voor de consistentie en toekomst een verdere professionalisering noodzakelijk en een uitbreiding van het medewerkersbestand van belang. Het bestuur zal daar de komende jaren invulling aan geven. Gestreefd wordt naar een realisering uiterlijk ingaande 2026. Er zijn op bepaalde terreinen al gesprekken gevoerd en die hebben al een positief resultaat opgeleverd. Zo zal de artistieke commissie (en wellicht daaruit een toekomstig artistiek directeur) in ieder geval bestaan uit Raoul Steffani. Met twee andere personen (beiden jong en met een groot netwerk en kennisniveau) gaan wij in gesprek.

Voor hospitality- taken en sponsorwerving zijn wij al in gesprek met een aantal potentiële kandidaten en wij hopen de invulling in de loop van 2025 gerealiseerd te hebben.

Voor educatie zijn wij ook in gesprek met enkele potentiële kandidaten. Marijk Greweldinger van Het Brede Spoor Maastricht heeft haar medewerking alvast toegezegd.

Voor de productie is Rob Letterle aangetrokken als floormanager, terwijl Stephen Westra als tekstschrijver beschikbaar is.

Kortom, wij zijn al met enige voortvarendheid bezig met de uiteindelijke professionele omslag ten behoeve van de gewenste consistentie.

Code Cultural Governance

De toepassing van de principes van de Governance Code Cultuur wordt bij Vocallis sinds jaren gehanteerd, en de toepassing levert geen problemen op.

Stichting Vocallis blijft bij de keuze van een bestuur-directiemodel. Deze keuze is mede ingegeven door de kleinere omvang van de organisatie.

Het bestuur heeft de uitvoering gedelegeerd aan de directie, bestaande uit de artistieke leiding en de zakelijke leiding. Er is een bestuurs- en een directiereglement, en ook profielen voor bestuur en directie. Het vaststellen van het programma en de daarbij behorende begrotingen is voorbehouden aan het bestuur. Het bestuur stelt de honoraria van de directie vast. Het jaarverslag, inclusief de jaarrekening en financiële jaarstukken worden door het bestuur vastgesteld.

Voor de samenstelling van het bestuur zijn bestuurs-profielen opgesteld, die de deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid van de leden moeten waarborgen. Rekening houdende met deze Code en de Code Diversiteit en Inclusie.

Het bestuur bestaat momenteel uit 5 personen, allen met een gepaste achtergrond en ervarings- en kennisgebied. Vacant is nog de functie van penningmeester. De financiële aangelegenheden liggen in handen van de zakelijk directeur. Externe controle en strategisch advies komt van een financieel deskundige buiten de organisatie. De functie van penningmeester voor ons in feite momenteel niet meer dan een formalisatie dan echte noodzaak omdat we met huidige werkwijze prima uit de voeten kunnen. Echter vraagt een bestuur formeel om invulling van een rol als penningmeester vandaar dat we dit wel wensen in te vullen. We verwachten deze functie gedurende 2024 te kunnen invullen.

Het bestuur verricht haar taak onbezoldigd.

Jaarlijks evalueert het bestuur de toepassing van de code aan de hand van een checklist. Een externe accountant is aangetrokken voor de controle van de cijfers als ook voor adviezen op financieel en financieel-juridisch terrein. De accountant staat in nauw contact met de zakelijk directeur. Andere aandachtspunten heeft de evaluatie niet opgeleverd; de aanbevelingen worden- voor zover van toepassing op het bestuur-directiemodel- opgevolgd.

De nieuwe code welke per 1 januari 2019 is ingegaan heeft geen gevolgen voor de inrichting en werkwijze van onze organisatie gehad. Wel hebben wij de hogere eisen die aan het jaarverslag worden gesteld geïmplementeerd.

In de code wordt expliciet stilgestaan bij diverse vormen van belangenverstrengeling. Dit punt komt bij de sollicitatieprocedures aan de orde en verder bij het bespreken van de checklist.

De Wet Toezicht Bestuur Rechtspersonen hebben wij opgepakt en in relatie daarmee onze statuten laten aanpassen door een notaris. Deze statuten zijn bijgevoegd.

Fair Practice Code

Wij onderstrepen de principes van de Fair Practice Code en passen deze toe. Voor elke musicus, ensemble of uitvoerende – bijvoorbeeld bij masterclasses – trachten wij een redelijke en marktconforme gageafpraak te maken. Dit gebeurt in goed overleg met de uitvoerende(n). Deze wordt vastgelegd in een contract, waarin de opdracht en de details met betrekking tot de afspraak worden weergegeven. In voorkomende gevallen hanteren wij daarvoor de al voorhanden zijnde landelijke honorarialijsten. Waar dat niet het geval is, wordt de gage in goed overleg met elkaar vastgesteld. De huidige directie (artistieke en zakelijke leiding) hebben uit eigen overweging en in overleg met het bestuur aangegeven tegen een lagere vergoeding hun werkzaamheden te willen verrichten. Deels uit passie en deels uit privé-overwegingen. Ook deze afspraken zijn in overeenkomsten vastgelegd.

Het honorarium van de medewerker voor pr en communicatie is marktconform en eveneens vastgelegd in een contract.

Medewerkers ontvangen een vergoeding op basis van vooraf gemaakt afspraken, vastgelegd in een overeenkomst van opdracht. Het betreft grotendeels ZZP'ers. Het bestuur doet daar ook verslag van in de jaarlijkse verantwoording. Deze plaatsen wij na vaststelling op onze website en is openbaar toegankelijk.

Met partners en andere belanghebbenden worden eveneens in goed overleg afspraken gemaakt en vastgelegd in overeenkomsten. Ook hiervan maken wij melding in de jaarverslagen met plaatsing op de website. Met alle medewerkers en partners/belanghebbenden wordt een evaluatie gehouden, waarvan de uitslagen eveneens worden vastgelegd.

Code Diversiteit en Inclusie

Wij onderstrepen de code en passen deze ook toe. Daar waar nog geen toepassing kan plaatsvinden, lichten wij dat toe. Wij hanteren de code binnen de gebieden publiek, personeel, programma en partners.

Vanuit onze kerntaak "sociaal-maatschappelijk" staan wij midden in de maatschappij. Daarom houden wij bij het publieksbereik, programma en partners uitdrukkelijk rekening met de code. Temeer omdat wij vanuit deze kerntaak en visie een groot doelgroepenbeleid en -bereik hanteren. Wij besteden aandacht bij de programmering voor zgn. "zwakkeren" in onze samenleving. Om hun deelname aan cultuur, en in het bijzonder aan onze programma's te stimuleren en realiseren. Zo richten wij activiteiten op navolgende doelgroepen:

- Ouderen, verblijvend in zorgcentra
- Sociaal "zwakkeren" in buurten en wijken
- Minder mobiele medemensen
- Minderheden en immigranten.

Wij stemmen de programmering hierop af en streven naar samenwerking met partnerorganisaties, werkzaam binnen de bedoelde sectoren. Strevend naar een langdurige samenwerking. Een jaarlijks opnieuw plaatsvindend proces, met veel overleg in de betreffende gemeenten en met de partnerorganisaties. Om zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de wensen en verwachtingen van de genoemde doelgroepen. Ook bekijken wij ieder jaar nieuwe kansen en mogelijkheden voor nieuwe activiteiten. Samenwerkingen, die wij al zijn aangegaan zijn o.a. Envida Zorg, Sevagram Zorg, wijk- en buurtcomités en welzijnswerk, o.a. in Beek. Vanaf 2024 gaan wij samenwerkingen aan met gehandicaptenorganisaties en welzijnsinstellingen in de deelnemende gemeenten. Zoals ook in Vaals met de organisatie Vaals Verbindt! Onze missie is om uiterlijk in 2028 in elke deelnemende gemeente minimaal 1 activiteit voor bovengenoemde doelgroepen te realiseren. En daarmee een consistente programmering te bereiken.

Aan onze organisatie zijn momenteel navolgende personen verbonden: Bestuur: 2 vrouwen en 3 heren - Leeftijd variërend van 59 tot 70+/ directie: 2 mannen in de leeftijd van 65+/ advisering cultuureducatie: 3 dames in de leeftijd van 35 tot 60+ en 1 heer van 45+/ de vrijwilligersgroep bestaat uit vrouwen en mannen, in leeftijd van 45+.

De reden voor de hogere leeftijden is gelegen in het feit, dat deze leeftijdsgroep ruim vrije tijd heeft om deze taken uit te voeren. Maar het is ook onze verantwoording, om de komende jaren aandacht te besteden aan verjonging en meer balans in de vrouw-man verhoudingen binnen de organisatie.

De huidige directieleden zullen binnen afzienbare tijd hun werkzaamheden voor onze organisatie beëindigen (vanwege hun leeftijd). Bij de zoektocht naar potentiële en deskundige opvolgers zullen wij zoveel als mogelijk rekening houden met de Code Diversiteit en Inclusie. En daarbij gaat onze voorkeur voor een nieuwe zakelijke leiding uit naar een vrouw. De invulling van de artistieke leiding zal waarschijnlijk over 2 tot 3 personen worden verdeeld. En daarbij zetten wij in op verjonging. Raoul Steffani, bariton en winnaar van de Nederlandse Muziekprijs 2023 heeft al zijn medewerking toegezegd, ingaande 2025. Nadere afspraken zullen nog gemaakt moeten worden en vastgelegd.

Kortom, daar waar mogelijk zullen wij rekening houden met de Code. En daar waar dat nog niet mogelijk is, leggen wij dat uit. De resultaten zullen jaarlijks in ons jaarverslag worden opgenomen en openbaar gemaakt worden via onze website.

Januari 2024

Bestuur en directie stichting Vocallis

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'J' followed by 'C.J.' and a long horizontal stroke.

J.C.J. Zinken, zakelijk directeur.