

KOMPAS
KOERS
2022 - 2025



*‘We versterken onze relevantie en betekenis door
midden in de Nieuwegeinse samenleving te staan.
Met ons programma, onze samenwerking met
partners en door ons gebouw open te stellen en te
verbinden met de stad. Zo creëren we nog meer
ruimte voor verbeelding.’*

RUIMTE VOOR VERBEEELDING

*DE KOM, STADSTHEATER EN KUNSTENCENTRUM:
DÉ CULTURELE BROEDPLAATS VAN NIEUWEGEIN*



KOERS
2022 - 2025
MEI 2022

IN DEZE KOERS	
ONZE OPDRACHT	7
TERUGBLIK: HIER STAAN WE	9
DRIE VRAGEN DIE ONS UITDAGEN	13
ONZE AMBITIES	17
ZO ORGANISEREN WE DAT!	23
VERDER PRATEN?	27

LEESWIJZER

Wie koers zet, moet weten waar hij vandaan komt. En aan welke opdracht hij onderweg trouw blijft. Daarom beginnen we dit plan bij onze opdracht die ons bestaansrecht geeft. Na een korte terugblik op de afgelopen jaren, benoemen we drie belangrijke uitdagingen voor de komende tijd. Die vormen de basis voor drie ambities voor 2022 - 2025. Per ambitie geven we aan wat we concreet gaan doen. Ten slotte richten we de blik op onze organisatie. Hoe richten we deze in om onze ambities maximaal te realiseren?

MAAK KENNIS MET ONZE PLANNEN VOOR 2022 – 2025!

| 5

De culturele ontmoetingsplek voor Nieuwegein. Dát is DE KOM, stadstheater en kunstcentrum. We bieden ruimte voor verbeelding. Om van kunst en cultuur te genieten. Om zelf aan de slag te gaan met bijvoorbeeld dans, muziek, toneel of beeldende kunst. In ons prachtige gebouw aan het Stadsplein en op andere plekken, bijvoorbeeld in wijken en op scholen. Dat doen we in samenwerking met allerlei partners in stad en regio.

De afgelopen twee jaar is de cultuursector door coronabeleid op achterstand gezet. Ook onze deuren bleven helaas vaak gesloten. Daarmee ontbrak het cultuurmakers aan een fysiek podium. En aan publiek. Het maken en beleven van kunst en cultuur was lastiger dan ooit. Voor theaterliefhebbers. Voor cursisten van ons kunstcentrum. Maar bijvoorbeeld ook voor kinderen en jongeren die we via educatieve projecten op scholen willen bereiken.

De komende jaren willen we met hernieuwde energie inwoners, organisaties en bedrijven in Nieuwegein en omgeving opnieuw in aanraking brengen met kunst en cultuur. In ons prachtige gebouw én daarbuiten. Daarbij blijven we ook gebruik maken van nieuwe (online) mogelijkheden die we tijdens de pandemie met succes hebben ingezet. Want de crisis heeft ook veel creativiteit en ondernemerschap losgemaakt. Daardoor zijn we tot meer in staat gebleken dan we zelf dachten. Tegelijkertijd zal de onzekerheid over eventuele nieuwe varianten nooit helemaal weg zijn. Daar zullen we blijvend rekening mee moeten houden, ook in onze bedrijfsvoering.

Maar er zijn meer uitdagingen. Ook los van corona. Vernieuwing blijft nodig om bij de tijd én relevant te blijven. In dit plan delen we onze nieuwe ambities en de activiteiten die daaraan bijdragen.

Als horizon kiezen we 2025. Dit willen we dan hebben bereikt:

1. We zijn het belangrijkste creatieve en culturele knooppunt van Nieuwegein. Als theater en kunstcentrum. We hebben onze rol en positie versterkt en uitgebouwd.
2. Onze activiteiten, dienstverlening en horeca zijn van hoge kwaliteit.
3. We zijn toegankelijk voor iedereen in ons verzorgingsgebied. Mensen uit alle sociale lagen van de Nieuwegeinse samenleving weten ons te vinden.
4. We zijn een betrouwbare en gewaardeerde samenwerkingspartner voor culturele initiatieven, organisaties en bedrijven.
5. We dragen bij aan een levendig Nieuwegein waar mensen graag verblijven. Daarmee zijn we een vanzelfsprekende partner voor inhoudelijke en stedelijke ontwikkeling.

Diverse analyses en gesprekken vormen de basis voor deze koers die onze keuzes op hoofdlijnen beschrijft. Een kort en krachtig verhaal dat we later zullen uitwerken in jaarplannen.

Deze koers geeft richting aan onze activiteiten. Maakt duidelijk waar we staan, wat anderen van ons én wij van anderen mogen verwachten. Dit plan is een belangrijk kompas voor onszelf, maar ook voor de samenwerking met anderen. We willen iedereen inspireren om in beweging te komen en samen met ons nog meer ruimte te maken voor kunst, cultuur en beleving in Nieuwegein.

Doe je mee?

Ariane Kop,
directeur | bestuurder



OPDRACHT

ONZE OPDRACHT

| 7

Wij zijn, als hét huis van cultuur en verbeelding, van betekenis. Misschien wel meer dan ooit. We maken onze tijd zichtbaar in verhalen die troosten, verwonderen en inspireren. We brengen mensen en organisaties samen en verbinden ze met elkaar. We bieden jong en oud gelegenheid en ruimte om talenten te ontwikkelen en te groeien als mens. We versterken de regionale samenleving en economie.

Wij bieden inwoners en organisaties in Nieuwegein en omgeving een podium én ontmoetingsplek. Bruisend én laagdrempelig. Om samen kunst en cultuur te beleven én te maken. Zowel in onze prachtige theater als daarbuiten. Dat is én blijft onze opdracht. We organiseren, faciliteren, ondersteunen en stimuleren. Zo maken we kunst en cultuur relevant voor de mensen en de uitdagingen van vandaag.

Wij zijn, als hét huis van cultuur en verbeelding, van betekenis. Misschien wel meer dan ooit.

En uitdagingen zijn er genoeg. Neem de coronacrisis, de klimaatverandering of de oorlog in Oekraïne. Onzekerheid en internationale instabiliteit beïnvloeden direct en indirect onze samenleving en ons dagelijks functioneren. Digitalisering en economische groei maken weliswaar steeds meer mogelijk, maar lang niet voor iedereen. Ook in Nieuwegein.

Kunst en cultuur houden ons in deze turbulente tijd een spiegel voor en laten zien wat mensen beweegt, beroert en bezighoudt. Door te ontregelen, nieuwsgierig te maken of het gesprek op gang te brengen, leveren ze ook een bijdrage aan het vinden van oplossingen voor maatschappelijke problemen. Creativiteit en verbeelding kunnen mensen bovendien helpen om de snel veranderende wereld beter te begrijpen, te verrijken, te verhelderen en er betekenis aan te geven.

Kunst en cultuur hebben ook een individuele, sociale en economische betekenis. Door mensen een stem te geven, mogelijkheden te bieden om zich creatief te uiten, te ontwikkelen en mee te doen. En door ontmoeting mogelijk te maken en sociale en culturele netwerken op te bouwen en te versterken. Kunst en cultuur dragen bij aan welzijn en gezondheid van mensen. Aan de veerkracht en creativiteit van het individu en de samenleving als geheel. En kunnen aanjagers zijn voor allerlei sociale, economische en culturele initiatieven.

Daarmee is cultuur van onschatbare waarde in een moderne samenleving waarin verandering aan de orde van de dag is. We willen zoveel mogelijk verschillende mensen in Nieuwegein en omgeving met kunst en cultuur bereiken. Iedereen is welkom om mee te doen, wat je levensstijl, leeftijd of achtergrond ook is. Door drempels te slechten, maken we meer mogelijk voor meer mensen.

Voordat we aangeven wat onze ambities zijn voor de komende jaren, blikken we eerst terug en geven we aan vanuit welke basis we aan de slag gaan.



TERUGBLIK

TERUGBLIK: HIER STAAN WE

Sinds de opening van het nieuwe theater en kunsten-centrum met zijn moderne, kleurrijke en energieke uitstraling in 2012 is DE KOM nog meer verankerd in Nieuwegein en omgeving. Mensen weten ons te vinden. En dat niet alleen, steeds vaker brengen wij kunst en cultuur naar mensen toe.

Met twee theaterzalen, 870 zitplaatsen, diverse dans-, toneel- en opname-studio's, prachtige leslokalen en talloze mogelijkheden voor de zakelijke markt maken we steeds meer mogelijk. Voor steeds meer mensen. Voor theaterbezoekers, cursisten, artiesten, gasten, samenwerkingspartners, werknemers, ondernemers of toevallige voorbijgangers.

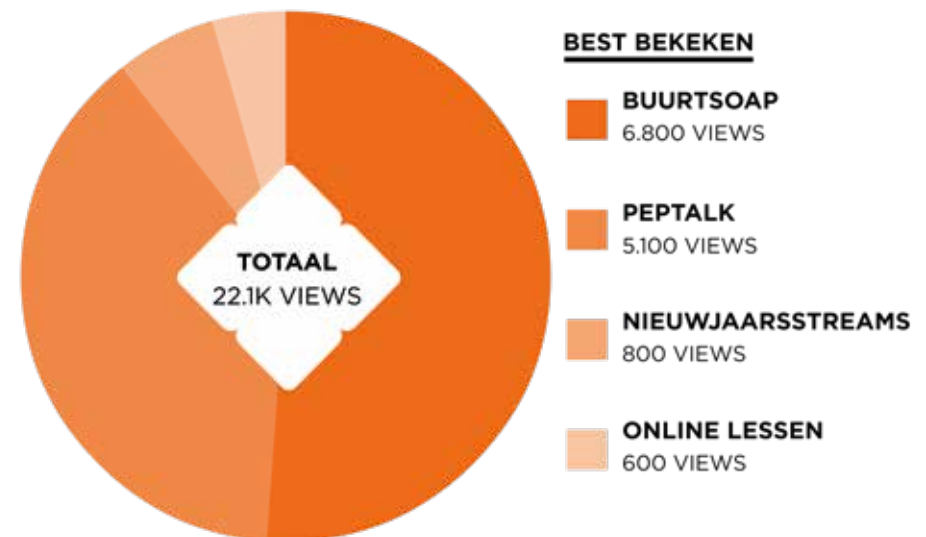
In 38 jaar hebben we een stevige basis opgebouwd met een breed en divers aanbod op het gebied van podiumkunsten, cultuurparticipatie en cultuureducatie. Onze agenda is goed gevuld met culturele, maatschappelijke én commerciële activiteiten. Van theatervoorstellingen tot cursussen. Van inhoudelijke bijeenkomsten tot zakelijke events. Onder het motto 'kom eerder en blijf langer' bieden we bezoekers hoogwaardige horeca en uitstekende service in een gastvrije omgeving. Zo zorgen we voor een permanente publieksstroom en een goede bezetting van ons gebouw en onze faciliteiten. Onze organisatie en financiën zijn op orde en we investeren in het verbeteren van bedrijfsprocessen en ICT. Bij DE KOM werken gemotiveerde en talentvolle mensen die onze ambities waarmaken. Ook de afgelopen twee jaar hebben we weer flinke stappen gezet:

- **We bereiken mensen steeds beter, ook online**

Hoewel het aantal fysieke drempeloverschrijdingen tijdens corona afnam¹, vonden we nieuwe en andere (online) mogelijkheden en kanalen om contact te houden én te maken met publiek en cursisten. Denk aan onze online 'KOM OP!

Peptalk-shows', het online lessenaanbod en 'Geina, de buurtsoap'. De soap is niet alleen online vertoond, maar ook uitgezonden op RTV Utrecht (wekelijks meer dan 500.000 kijkers). Zo hebben we ons bereik vergroot en konden we meer programmeren buiten ons gebouw. Ook de komende jaren blijven we waar mogelijk kansen op het gebied van digitaal aanbod en vormen van blended learning benutten.

ONLINE VIEWS DE KOM | 1 MRT 2020 -31 JAN 2022



¹

In 2019 registreerden we ruim 240.000 drempeloverschrijdingen. Door de coronacrisis is dat aantal enorm gedaald in 2020 en 2021. Ook de verwachtingen voor 2022 zijn verlaagd.



• **We hebben ons programma verbreed en verrijkt**

Sinds de aanstelling van de stadsprogrammeur en producent in 2019 is ons programma verbreed en verrijkt. We werken met meer inhoudelijke partners dan ooit samen en de relaties met hen zijn aanzienlijk verbeterd. De positie van participatie en educatie in ons programma is verder versterkt, ook door de inzet van onze coördinatoren op dit gebied. De komende jaren zullen we ons moeten blijven bewijzen als flexibele en hoogwaardige partner bij het organiseren van activiteiten. Dit stelt hoge eisen aan onze organisatie.

• **Onze maatschappelijke positie is versterkt**

Maatschappelijke instellingen, scholen, amateurgezelschappen en bedrijven weten ons steeds beter te vinden voor advies, ondersteuning en samenwerking. Dit leidt tot bijzondere projecten en activiteiten waarmee we ook buiten het culturele domein van betekenis zijn. Denk aan de samenwerking met partners uit sport, cultuur, overheid, welzijn en gezondheidszorg in het project 'Kunst op Recept', bedoeld voor mensen met terugkerende psychosociale klachten. Of de samenwerking met muziek- en theaterwerkplaats Theater Totaal voor muzikanten en acteurs met een verstandelijke beperking. Andere voorbeelden zijn het Urban Arts festival, het Nieuwjaarsfeest, de samenwerking met het docentencollectief voor kunsteducatie 'KunstKombinatie' en met het PLUS-café voor actieve senioren in de bibliotheek.

• **Ons gebouw is op belangrijke punten aangepast**

Na tien jaar intensief gebruik is het nodig om ons gebouw en onze installaties op een aantal punten aan te passen, te verbeteren en te verduurzamen. Over de investeringen daarvoor zijn we voortdurend in goed gesprek met de gemeente Nieuwegein die eigenaar is van het gebouw. De entreehal en het café zijn opnieuw ingericht. Dat geldt ook voor het kunstencentrum. De ateliers zijn opgefrist, de tl-buizen in de houten wand zijn duurzaam vervangen en er zijn extra vergaderruimtes bijgekomen. Voor de komende jaren hebben we de wens om bij de entree een horecapunt te realiseren.

• **We hebben verder gewerkt aan een gezonde financiële basis**

We hebben onze financiën en onze financiële organisatie de afgelopen jaren verder op orde gebracht.

Door het vergroten van omzet en marges en het doorvoeren van kostenbesparingen is het ons steeds gelukt om binnen de begroting te blijven. Ons weerstandsvermogen is verhoogd en groeit gestaag naar het gewenste niveau. Dit vraagt ook de komende jaren van ons dat we scherp aan de wind varen en kansen blijven benutten om omzet en marges verder te verhogen.

A woman with blonde hair styled in an updo, wearing a small crown, a long-sleeved glove, and a corset-like bodice with a wide belt. She is smiling and looking upwards, holding a large, sheer, flowing fabric that drapes over her head and shoulders. The background is dark.

VRAGEN

DRIE VRAGEN DIE ONS UITDAGEN

| 13

Nu we weten waar we staan, kijken we vanuit onze huidige positie om ons heen. Welke uitdagingen zien we en wat vragen die van ons? We noemen er drie.

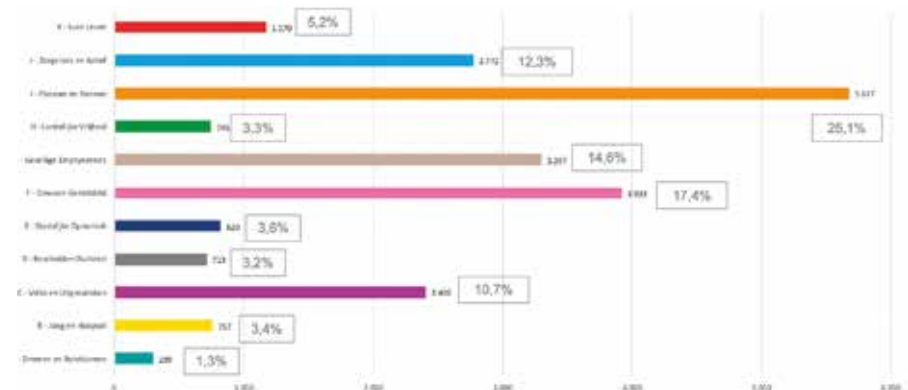
1. Hoe bereiken en enthousiasmeren we bestaande en nieuwe publieks- en klantgroepen?

De culturele humuslaag van fijnproevers en grootgebruikers in Nieuwegein en omgeving bereiken we over het algemeen goed. Het gaat om verschillende groepen mensen die ons regelmatig, wekelijks of zo nu en dan bezoeken. Andere groepen in Nieuwegein bereiken we verhoudingsgewijs juist minder, zoals de grote groep praktisch opgeleiden en jongeren. Er is dus werk aan de winkel om zoveel mogelijk mensen te bereiken die op zoek zijn naar ontspanning, inspiratie, verdieping of die iets willen leren. Nieuwe publieksgroepen. Van jong tot oud. Van hip tot traditioneel.

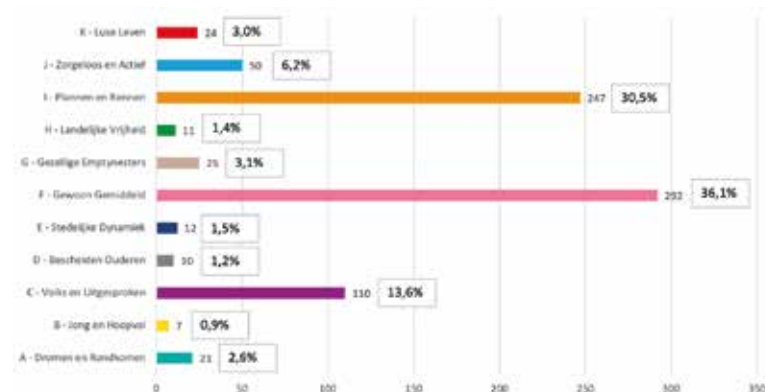
Dit is nodig!

Om het draagvlak voor kunst en cultuur te vergroten, zullen we ons publiek moeten verbreden. We koesteren onze trouwe bezoekers en cursisten en zorgen dat ze ons na corona weer weten te vinden. En we zoeken nieuwe wegen om mensen aan ons te verbinden die we nog niet of minder bereiken. Dat vraagt om verbreding van ons programma, verdere investering in educatie en participatie en een marketing die slim inspeelt op veranderende wensen, voorkeuren en (zoek)gedrag.

VERDELING HUISHOUDENS KLANTEN
THEATER OVER WHIZE GROEPEN



VERDELING HUISHOUDENS KLANTEN
KUNSTENCENTRUM OVER WHIZE GROEPEN





2. Hoe verbreden en verdiepen we ons aanbod van culturele, educatieve, maatschappelijk en commerciële activiteiten?

Smaak, voorkeuren en gedrag van consumenten veranderen razendsnel. Mensen zijn op zoek naar intensieve ervaringen. Of zoeken in de onzekere en globale wereld van vandaag naar lokale verankering en naar zingeving en persoonlijke ontwikkeling. De grenzen tussen disciplines en tussen hoge en lage cultuur vervagen. Digitale media bieden kansen, maar maken tijdsbesteding van mensen ook vluchtig. En met steeds meer alternatief offline en online aanbod groeit de concurrentie om de aandacht van publiek en cursisten. Educatie en participatie zijn belangrijk om mensen in aanraking te brengen met kunst en cultuur en ze mogelijkheden te bieden om mee te doen.

Dit is nodig!

Om relevant te blijven in de sector en nieuw publiek te bereiken, zullen we ons programma moet blijven verbreden en verdiepen. De digitalisering biedt daarbij kansen, ook om nog meer kennis op te bouwen over voorkeuren van verschillende groepen mensen die we willen bereiken. Doel is een programma dat zo goed mogelijk past bij Nieuwegein, dat relevant is, dat inspeelt op de behoeften van zoveel mogelijk verschillende mensen en dat verwachtingen overtreft. Dit blijft een continue zoektocht, samen met de mensen voor wie we het doen.

3. Hoe versterken we onze rol en positie in de (culturele) infrastructuur van stad en regio?

We hebben een prachtig gebouw met fantastische faciliteiten. Centraal gelegen en goed bereikbaar. Dat biedt ons de ideale uitgangspositie om ons verder te ontwikkelen als cultureel centrum van Nieuwegein en omgeving. Tegelijkertijd kan zo'n state-of-the-art gebouw ook intimiderend overkomen en onbedoeld afstand scheppen, met name als om het nieuwe doelgroepen gaat. Bovendien liggen er ook kansen om kunst en cultuur naar buiten te brengen. Bijvoorbeeld door de verbinding te zoeken met stedenbouwkundige ontwikkelingen - denk aan het Atrium en de Doorslagzone - of nog meer samen te werken met andere culturele of maatschappelijke initiatieven in stad en regio. Zo bereiken we nieuwe doelgroepen en dragen we bij aan een levendig Nieuwegein.

Dit is nodig!

We willen de krachten van de stad benutten en bijdragen aan de culturele en maatschappelijke ontwikkeling van stad en regio. We versterken onze relevantie en betekenis door midden in de Nieuwegeinse samenleving te staan. Met ons programma, onze samenwerking met partners en door ons gebouw open te stellen en te verbinden met de stad. Zo creëren we nog meer ruimte voor verbeelding.

A photograph of a woman with blonde hair, smiling and leaning over a child who is lying on the floor. The child is wearing a white t-shirt with the text "I'M READY" on it. In the background, other children are visible, some standing and some sitting. A large black speaker is mounted on a stand in the background. The room has large windows and a bright, airy feel. The word "AMBITIE" is overlaid in a large, bold, gold-colored font.

AMBITIE

De drie uitdagingen hiervoor vragen om heldere keuzes. We maken er drie, voor elke uitdaging formuleren we er één.

1. We bereiken een jonger, breder en gevarieerder publiek

Uitdaging 1 spoort ons aan om een jonger, breder en gevarieerder publiek te bereiken. We maken de weg vrij voor iedereen die kunst en cultuur wil beleven of er zelf mee aan de slag wil. Het podium van de stad is beschikbaar voor alle inwoners van Nieuwegein, maar ook voor bijvoorbeeld amateurgezelschappen, maatschappelijke organisaties en bedrijven.

Jongeren zijn al bij ons in huis in het kunstcentrum. Die gaan we actief betrekken bij het maken van onze keuzes. Ook andere doelgroepen nodigen we uit mee te denken en mee te doen. Daarbij werken we samen met partners die al wel contacten hebben met doelgroepen die we nu nog niet of minder bereiken, zoals de bibliotheek. Zo zorgen we ervoor dat we sterke programma's kunnen bieden waarmee we inspelen op bestaande én nieuwe voorkeuren.

Ook met horeca, aankleding, gebouw, faciliteiten en randactiviteiten willen we nog beter aansluiten bij nieuw publiek. Overal in het gebouw is volop ruimte voor experiment en vernieuwing; denk aan de schrijversweekenden voor de Nieuwegeinse hiphopscene. Ook het feit dat we theater én kunstencentrum zijn biedt kansen die we beter willen benutten. Daarmee zorgen we bovendien voor een goede bezetting van de verschillende ruimtes.

Door extra te investeren in cultuureducatie op scholen zorgen we dat elk kind in Nieuwegein met kunst en cultuur te maken krijgt. Zo verlagen we de drempel voor jong publiek. Daarnaast zetten we samen met een netwerk van (cultuur) partners nog meer in op cultuurparticipatie. Daarmee bieden we vooral jongeren de kans zich cultureel te ontwikkelen. Door het aanbieden van een breed, bijzonder en inspirerend vrijetijdsprogramma in ons kunstencentrum. Maar bijvoorbeeld ook door te zorgen dat elke wijk in Nieuwegein een orkest, koor of buurtband heeft.

Ook met een slimme marketingstrategie bereiken we nieuw publiek. Samen met adviesbureau The Alignment House hebben we onze bezoekers en cursisten in kaart gebracht. Die analyse helpt ons om de benadering van bestaande en nieuwe publieksgroepen verder te verbeteren en ons aanbod op hun voorkeuren aan te passen. Zie ook de verdeling in Whize groepen op pagina 13.

Zo doen we dat!

- We ontwikkelen onze programma's, diensten, marketing en gebouw interactief en vraaggericht, dus samen met doelgroepen.
- We zijn aantrekkelijk, gastvrij en laagdrempelig voor alle doelgroepen.
- We investeren in cultuurparticipatie en cultuureducatie en bieden jongeren en volwassenen zo de kans zich creatief te ontwikkelen.
- We ontwikkelen een slimme marketingstrategie om (nieuw) publiek aan ons te binden.



2. Onze programmering is vernieuwend en verrassend

Uitdaging 2 spoort ons aan om ons programma te blijven verbreden en verdiepen. We bieden een zo inclusief mogelijk programma dat aansluit bij de verschillende behoeftes van ons publiek, vernieuwend is en dat bij voorkeur de verwachtingen overtreft. Daarbij zijn we zo vraaggericht mogelijk, waarbij in onze keuzes kwaliteit wel altijd leidend is. Wij zijn steeds op zoek naar een goede balans tussen de artistieke, maatschappelijke en economische waarde van podiumkunsten, educatie en participatie.

Het basisprogramma is een brede, goed uitgebalanceerde mix van voorstellingen, cursussen en activiteiten die voor ieder wat wils biedt. Noodzaak, relevantie en verscheidenheid vinden wij belangrijk. Het aantal voorstellingen hand-haven we op 170 per jaar waarvoor we een zo groot mogelijk publiek zoeken. Naast de grote namen zorgen we ook voor onderscheidend aanbod voor verschillende publieksgroepen. Het aantal cursisten van ons kunstencentrum veert terug naar het niveau van 2019. Ook willen we 50% meer (educatie)projecten buiten ons gebouw realiseren. Dat doen we door programma's zoveel mogelijk samen met cursisten en partners te maken.

Vaker dan voorheen zijn de voorstellingen gebundeld in festivalformules, te beginnen met het 'Urban Arts festival', waarmee we inspelen op de belangrijke trends van festivalisering en citymarketing. Het biedt ons de mogelijkheid voorstellingen in een bepaalde context te plaatsen en nieuw publiek te trekken. Ook biedt zo'n formule ruimte voor minder bekende disciplines of verrassende combinaties tussen verschillende disciplines, tussen klein en groot of tussen onbekend en bekend. Naast doorlopende programmalijnen voor doelgroepen, produceren we meer eenmalige events op het snijvlak van podiumkunsten, educatie en participatie. Zo presenteren we samen met de bewoners een zomerprogrammering in de wijken. Om tot een volwaardig regionaal aanbod te komen, zoeken we afstemming met theaters en kunstencentra in de buurt.

Uiteindelijk moeten al onze inspanningen natuurlijk leiden tot een goede bezetting. Een teken dat het aanbod goed is en we de mensen weten te bereiken waarop we ons richten. Daarom houden we voortdurende vinger aan de pols. Door het monitoren van bezoekersdata en reacties van het publiek. Ook gaan we nog actiever in gesprek met onze bezoekers, cursisten en stakeholders. Over wat we brengen en hoe we het doen. Bij ons in huis, maar ook in de wijken. Dat doen we natuurlijk met z'n allen, maar een belangrijke rol is weggelegd voor onze stadsprogrammeur.

Zo doen we dat!

- We ontwikkelen een breed en uitgebalanceerd programma waarbij noodzaak, relevantie en diversiteit voorop staan.
- Naast doorlopende programmalijnen, produceren we vaker eenmalige events. Ook werken we vaker met festivalformules.
- We zoeken afstemming met theaters en kunstencentra in de buurt om tot een volwaardig regionaal programma te komen.
- We gaan actief in gesprek met bezoekers, cursisten en stakeholders, ook over de ontwikkeling van programma's. Een belangrijke rol is daarbij weggelegd voor onze stadsprogrammeur.
- We monitoren onze bezetting.



3. Als bruisende broedplaats versterken we de culturele ontwikkeling van de stad

Uitdaging 3 spoort ons ten slotte aan bij te dragen aan de culturele en maatschappelijke ontwikkeling van Nieuwegein en omgeving. Als er iets gebeurt in Nieuwegein zijn wij erbij. We weten wat er speelt en benutten de krachten van de stad. Zien we kansen, dan pakken we onze rol.

Als culturele broedplaats zijn wij onlosmakelijk verbonden met een levendig Nieuwegein. Zelf of samen met partners starten we projecten of bieden ondersteuning bij initiatieven die Nieuwegein in de spotlights zetten. Vaak dragen we daarbij financieel medeverantwoordelijkheid. Waar mogelijk sluiten we aan bij culturele projecten op wijkniveau. We zien kansen in de doorontwikkeling van het 'Urban Arts Festival', 'Geina, de buurtsoap', de zomerprogrammering in de wijken en op het Stadsplein, de wijkorkesten, -koren en buurtbands. Vanaf zomer 2023 willen we een programma presenteren in ons (nog te realiseren) mobiele theater dat door Nieuwegein zwerft.

Ons kleurrijke gebouw is letterlijk het stralende middelpunt van (cultureel) Nieuwegein. Met een aantal slimme aanpassingen zorgen we dat het gebouw nog meer van en voor alle Nieuwegeinners is. Bijvoorbeeld door van de hal een

zichtbare en dagelijks toegankelijke ontmoetingsplek te maken. Mét horecapunt! Daarbij zoeken we aansluiting bij de ontwikkeling van het Atrium en de Doorslagzone. Ook vervangen we het gesluisde glas in de benedenfoyer door doorzichtig glas. Zo zien mensen buiten ook wat er binnen gebeurt. Dit alles vraagt niet alleen om een investering in het gebouw, maar ook een aanpassing van onze organisatie en bedrijfsprocessen.

Als cultureel ondernemer zijn we onderscheidend, ook in commerciële dienstverlening. We richten ons vanuit onze culturele kern bewust op de zakelijke markt. Daarmee versterken we bovendien onze financiële positie. We zijn niet alleen een hoogwaardige locatiepartner, maar willen keer op keer een onuitwisbare indruk maken op klanten én hun gasten. Er liggen kansen om het bestaande programma en onze faciliteiten te verbinden aan het bedrijfsleven. En om nieuwe zakelijke klanten te bereiken die met hun evenement zoeken naar durf, innovatie en creativiteit. Bijvoorbeeld door aanbod te selecteren dat aansluit op de belevingswereld van bedrijven of op die van hun relaties. Met een aantal businesspartners vormen we een klankbordgroep die meedenkt over voorstellingen en activiteiten.



ORGANISATIE

ZO ORGANISEREN WE DAT!

| 23

Een sterke organisatie is een belangrijke basis voor resultaat. Willen we de ambities waarmaken, dan zullen we onze organisatie moeten uitbouwen, versterken en verder professionaliseren. Hoe we dat doen? Zo:

We ontwikkelen ons de komende jaren verder tot een gezonde organisatie met enthousiaste en toegewijde medewerkers. Tot een professionele organisatie die flexibel en wendbaar is, de samenwerking zoekt en voortdurend nadenkt over hoe het beter kan. Die makkelijk meebeweegt met verandering en waarin creativiteit en ondernemerschap belangrijke waarden zijn. Die nauw samenwerkt met publiek, cursisten en strategische partners. De structuur is zo simpel mogelijk, het overleg effectief en de systemen die dit alles ondersteunen werken top.

Organisatie

Om nog meer wendbaar en weerbaar te zijn, ontwikkelen we de organisatie verder. Afgelopen jaren hebben we veel geïnvesteerd in het verbeteren en stroomlijnen van onze bedrijfsprocessen. Daar gaan we de komende jaren mee door. Dat geldt ook voor de ICT en automatisering. Waar het kan, gaan we voor standaardisatie. Zo creëren we tijd en ruimte voor meer creatieve ontwikkelingen.

Medewerkers

Zonder goede medewerkers lukt het niet om onze ambities te realiseren. Als goed werkgever creëren we een veilige en stimulerende werkomgeving. Daarbij staan creativiteit, openheid en verbondenheid centraal.

We investeren in de competenties van medewerkers en zorgen dat ons personeelsbestand even divers is als de stad waarvoor we werken. Naast de vaste kern van medewerkers, hebben we de afgelopen jaren een flexibele schil van zzp'ers en oproepkrachten opgebouwd. Daarop blijven we een beroep doen.

Zo werken wij!

We hebben belangstelling voor elkaar, dragen gezamenlijk verantwoordelijkheid en staan open voor andermans ideeën. Samenwerken, inspiratie bieden en ondernemerschap zijn belangrijke kernwaarden voor ons. Dat betekent dat we onszelf en de ander voortdurend uitdagen om te groeien en kansen te grijpen. We zijn creatief en verrassend, maar ook betrouwbaar en klantgericht. Dat vinden wij niet alleen zelf, dat horen wij ook terug van ons publiek en onze samenwerkingspartners.

Gebouw en faciliteiten

We hebben een fraai gebouw. Dat schept verplichtingen. Na tien jaar intensief gebruik is onderhoud aan het gebouw, de installaties en de inrichting nodig om de allure te behouden. En om te voldoen aan de eisen van deze tijd (denk aan duurzaamheid). Daarnaast willen we het gebouw aanpassen aan onze ambities. Met de gemeente zijn we in overleg over onderhoud van en aanpassingen aan het gebouw.



Samenwerken

Als cultureel centrum in stad en regio kennen we onze partners en blijven we investeren in ons netwerk. Samen krijgen we meer voor elkaar dan ieder voor zich. Scholen en de provinciale instelling Kunst Centraal zijn de logische partners voor het duurzaam versterken van cultuureducatie in het onderwijs. De basis voor deze samenwerking ligt vast in het convenant dat is gesloten naar aanleiding van de landelijke matchingsregeling 'Cultuureducatie met Kwaliteit'. Samen met de gemeente Nieuwegein maken we laagdrempelige wijkactiviteiten mogelijk, zoals wijkkoren, wijkorkesten en buurtbands. De gemeente is ook de eigenaar van ons gebouw en daarmee een belangrijk partner in onze ambities. Daarnaast werken we actief samen met tal van culturele en maatschappelijke organisaties, zoals bibliotheek De tweede verdieping, welzijnsorganisatie MOvactor, Lister en sportorganisatie Verbindion. We verlagen financiële drempels door mee te doen met Stichting Leergeld en de Nieuwegein Stadspas. Ook bedrijven zien we als belangrijke partners en we werken met ze samen, onder andere in onze eigen businessclub DE KOM.

Financieel

De begroting is sluitend en we hebben een gezonde exploitatie. In- en verkoop van het programma, horeca en verhuur dragen hier positief aan bij. We voorzien groei aan bijzondere (educatie)projecten en maatschappelijke verhuur. Voor (eigen) initiatieven voor doelgroepen en maatschappelijke activiteiten doen we een beroep op nieuwe externe subsidies en fondsen. We willen meer inkomsten uit commerciële activiteiten genereren. Waar we kosten kunnen verlagen, laten we dat niet na. Momenteel zijn er geen langlopende afspraken met de gemeente Nieuwegein. Dat willen we wel graag. Bij de begroting zijn we uitgegaan van het basisbedrag van de afgelopen jaren. Er gaat veel veranderen in ons aanbod en we willen ruimte maken voor experiment en vernieuwing. Dat zal een financiële inspanning van ons vragen die wellicht ten koste gaat van het rendement op onze activiteiten.



PRATEN?

*DE KOM online, voor
en áchter de schermen:
#komhetmeemaken*

DE KOM, STADSTHEATER EN KUNSTENCENTRUM

STADSPLEIN 6 | 3431 LZ NIEUWEGEIN

WWW.DEKOM.NL

DIRECTIE@DEKOM.NL

VERDER PRATEN?

Met deze koers leggen we een stevige basis onder ons werk. Maar om onze ambities te verwezenlijken hebben we anderen nodig. Inwoners, de gemeente, culturele en maatschappelijke organisaties en bedrijven. We nodigen iedereen uit om mee te denken en te doen. Verder praten? Laat het ons weten!

Wees welkom!

