

masterclasses cultuurmanagement

Inspirerend allround programma voor directeuren en managers in een culturele organisatie die voorbereid willen zijn op de toekomst. Deze zes masterclasses (14.00 - 21.00 uur) bieden hulp bij vele aspecten van cultuurmanagement.

Het programma loopt van oktober 2014 t/m maart 2015.

We hebben experts aangetrokken die ieder op hun gebied actuele kennis aanreiken. Elke masterclass begint met een korte theoretische component, waarna er voldoende gelegenheid is om aan de slag te gaan met cases uit de eigen praktijk, ervaringen uit te wisselen en tips & tricks op maat te ontvangen.



“De juiste merkstrategie geeft richting bij alle keuzes”

Hendrik Beerda was jarenlang marketeer en daarna brand consultant bij diverse multinationals. Sinds 2004 is hij zelfstandig merkadviseur, gespecialiseerd in de cultuursector. Hendrik werkt nauw samen met de Universiteit van Amsterdam. Uit deze samenwerking zijn het Cultuursector Merkenonderzoek en het Continu Bezoekersonderzoek ontstaan.

Tijdens de masterclass *Consumententrends en merkpositionering* gaat u samen met Hendrik Beerda aan de slag om uw merk te versterken. Na een korte inleiding over het bouwen van sterke cultuurmerken wordt uw merk stapsgewijs geanalyseerd en worden suggesties voor verbeteringen aangedragen. Hierbij wordt gebruikgemaakt van de nieuwste inzichten uit het Cultuursector Merkenonderzoek.

28 oktober 2014
Consumententrends en merkpositionering, met Hendrik Beerda

“Echt verbinden met stakeholders kan alleen vanuit een open en sensitieve organisatie”

Ruben Maes studeerde politicologie en is gespecialiseerd in strategisch communicatieadvies. Hij werkte o.a. voor BNR Nieuwsradio en PM Den Haag. Vaak is hij betrokken bij projecten waarbij publieke of private organisaties willen of moeten communiceren met politici, stakeholders en media. Daarnaast geeft hij mediatrainingen en is hij dagvoorzitter.

Tijdens de masterclass *Stakeholders en allianties* neemt Ruben u mee in de dynamiek van het groepsdenken, waardoor groepen - of organisaties - signalen gaan negeren en vooral bevestiging van het eigen gelijk zien. Dit gaat goed totdat bijvoorbeeld een journalist belt of u aandacht voor een zaak wilt genereren. Dan merkt u opeens dat de buitenwereld anders tegen u aankijkt dan u dacht. Zeker nu de uitwisseling van informatie steeds laagdrempeliger wordt, is vraag actueel: hoe maakt u een open en sensitieve organisatie die de verbinding met anderen aangaat? Wat betekent dit voor uw personeelsbeleid, uw communicatie, waar gaat u kennis vandaan halen en hoe acteert u in de netwerksamenleving?

13 november 2014
Stakeholders en allianties, met Ruben Maes

11 december 2014
Scenarioplanning, met Renate Kenter

22 januari 2014
Duurzame inzetbaarheid van medewerkers, met Rita Verduin

12 februari 2015
Innovatie en verdienmodellen, met Piet van Gennip

5 maart 2015
Cultuur, mecenaat en de fiscus, met Sigrid Hemels en Menno Tummers

“Ontsnap aan de waan van de dag en ga doordacht anticiperen op de toekomst”

Renate Kenter past sinds eind jaren '90 scenariodenken en strategisch werken toe in de praktijk. Renate heeft uitgebreide ervaring in het faciliteren en leiden van visie en scenario-to-strategy trajecten in zowel de publieke als de private sector.

Scenario's zijn als het weer: u hebt er zelf weinig invloed op, maar het kan veel impact hebben. De eerste stap in scenariodenken is het verkennen van de omgeving. Welke trends en ontwikkelingen zijn er? Wat ziet u op uw organisatie afkomen? De tweede stap is om - mede op basis van de geïnventariseerde ontwikkelingen - eens te bedenken hoe op langere termijn de omgeving er uit zou kunnen zien. Hierbij is juist onzekerheid interessant. Wat als...? Deze beschrijvingen van mogelijke toekomstige situaties zijn de scenario's. De derde en tevens belangrijkste stap is om te bedenken welke mogelijkheden u als organisatie hebt in de verschillende scenario's. Wat zijn uw opties? In deze masterclass staan dus niet de vraag centraal of iets zal gebeuren, maar de vraag: 'wat doet u als het gebeurt?'

“Ontwikkel jezelf, een ander doet het niet voor je”

Rita Verduin is psycholoog van arbeid en organisatie. Ze in grote profit en non-profit organisaties gewerkt aan management development, verandertrajecten en mobiliteit. Rita is gespecialiseerd in HR innovatie.

In deze masterclass verkennen we wanneer iemand duurzaam inzetbaar is en wat belangrijke thema's en hulpmiddelen zijn. Welke criteria zijn er, is er een model voor te vinden? Hoe maakt u het onderwerp bespreekbaar? Kunt u medewerkers erop coachen? Zijn er best-practices? Is duurzame inzetbaarheid in de culturele sector anders dan in andere branches? Tijdens de workshop worden praktijkoefeningen gedaan aan de hand van de praktijk van de deelnemers.

“Als culturele organisatie wil je maximale impact hebben, verbluffend is het dan hoe weinig we hierover weten”

Piet van Gennip is econoom en werkte o.a. bij het Ministerie van Financiën en Berenschot. Als consultant was hij betrokken bij veel adviestrajecten voor culturele organisaties. Inmiddels is hij algemeen directeur van Holland Symfonia.

De culturele sector staat onder druk om meer te verdienen. De hamvraag is: hoe doen we dat dan? In deze masterclass kijkt u systematisch naar verdienmodellen. Verdient u het geld met de juiste productmix? Wat is rendement voor uw organisatie, en is deze optimaal? Hoe past risico in een verdienmodel? Deze en andere vragen zullen aan de hand van theorie en praktijkvoorbeelden aan bod komen. U gaat daarbij ook samen met andere deelnemers aan de slag.

“Fiscaliteit is een randvoorwaarde, niet de reden waarom mensen geven. Maar die randvoorwaarde moet wel in orde zijn, vergelijk het maar met de toiletten in een museum of theater: pas als er iets mis is, vallen ze op. En dat wil je voorkomen.”

Sigrid Hemels is hoogleraar belastingrecht aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en als fiscalist verbonden aan Allen & Overy Amsterdam. Een belangrijk onderzoeksthema is voor haar de fiscaliteit van kunst, cultuur en goede doelen. **Menno Tummers** werkte als marketeer bij culturele organisaties en is adviseur mecenaat en publiek-private samenwerking bij het Prins Bernhard Cultuurfonds.

In deze masterclass wordt u allereerst bijgepraat over alles wat op dit moment op fiscaal gebied speelt voor culturele instellingen: van giftenaftrek tot de ANBI-status in combinatie met commerciële activiteiten: welke mogelijkheden zijn er en worden die in uw organisatie optimaal gebruikt? Slim inzetten van fiscaliteiten kan mensen aanzetten tot het langduriger en meer geven. Fiscaliteit is echter niet alleen belang voor uw gevers. Uw cultureel ondernemerschap kan ook btw- en vennootschapsbelastinggevolgen hebben.

Bij mecenaat en fondsenwerving spelen doorgaans vooral andere zaken dan alleen de fiscale: waarom wil iemand uw organisatie steunen? Wat drijft een mecenas, wat wil een fonds? Wat moet u voorbereid hebben - en waarin moet u juist flexibel zijn? Sigrid Hemels en Menno Tummers reiken u praktische tips aan en gaan uitgebreid in op uw ervaringen.



Praktisch:

van 14-21 uur
inclusief lesmateriaal
koffie / thee / diner

Locatie:

Villa Jongerius, Utrecht

Deelnemers:

min. 12 - max. 20

Vorbereiding:

circa 2 uur per masterclass

Modulair:

U kunt de masterclasses als serie of mini- serie bijwonen. Gaat uw interesse uit naar één bepaald thema dan is inschrijven voor één enkele masterclass ook mogelijk.

Kosten:

serie - 6x € 2.345
mini serie - 3x € 1.195
een masterclass € 455,00

Deze opleiding is vrijgesteld van BTW.

* Bent u lid van een bij ons aangesloten branchevereniging of neemt u met meer collega's uit uw organisatie deel? Informeer dan naar de speciale kortingstarieven (alleen van toepassing voor losse masterclasses).

Contactgegevens:

Academie voor
Cultuurmanagement

Postbus 14055
3508 SC Utrecht
t. 030 30 30 077