

VISIE op Communicatie, PR en Marketing

Twee aspecten: 1. **PR, corporate communicatie** over werk/visie/rol RIQQ 2. **Marketing** gericht op bezoekers van de voorstellingen. Afhankelijk van de fase in het project, activiteit, doelgroep communiceren we over RIQQ, partners, output **iedereen communiceert** vanuit de inhoud (het project, de voorstelling, kennis), zijn rol (team, bestuur, werkgroep, vrijwilliger) met de inwoners van Rheden en ons grote netwerk. Iedereen signaleert zaken/kansen/risico's waar we iets mee moeten doen.

Communicatie is paragraaf in draaiboek: communicatie en projectleider denken in een vroeg stadium na over de strategie, afzender, toon, boodschap, middelen, timing en taakverdeling. Communicatiemedewerker is adviseur, schrijver, organisator en bewaakt planning. In projectmatig werken is communicatie altijd een onderdeel.

INTERNE SITUATIE
wat speelt er

- **Mensen**
Enthousiast, betrokken Harde werkers, passie
Groot netwerk
Weinig contact Ziekte directeur
Veel kennis van projecten financiering
- **Manier van werken**
Ad hoc . Werkdruk
Cultuurprojecten organiseren en het €€ is complex
Gebrek aan afstemming. Zoeken in taakverdeling.
Soms niet duidelijk wie wat doet
Veel uitstaande lijntjes moeten onderhouden
Niet weten wat er spelt
Projectmatig werken
Na 3,5 jaar begint de organisatie te staan
- **Het communicatieplan**
Verschil van mening over middelenmix
Niet duidelijk wie doet wat. Het plan is er niet
- **Hardware**
ICT overgang, in de zomer geen kopieerapparaat. Slechte kantoor situatie
Langer in huidige pand dan verwacht
- **Rol van RIQQ**
Faciliteren en ondernemerschap
Werft fondsen en draagt financieel risico
Uiteenlopende verwachtingen: wat is RIQQ
Financiering door gemeente: spanning tussen politiek en ondernemerschap
Cultuur binnen sociaal domein heeft effect
Legitimatie. Spagaat: RIQQ- anderen
Het verleden, de oude situatie speelt nog een rol

EXTERNE SITUATIE Rheden , de cultuursector

- **Onbekendheid en onduidelijkheid over de rol van RIQQ**
Naam, programma, taak: Wat is/doet RIQQ
Kritische houding tav RIQQ: Cultuurproduct is simpel kunnen we zelf ook, laat mij het maar doen Uitvoeren versus bemiddelen
Hoe vind ik muziekles in Rheden?
Maar ook: nieuwsgierigheid, onze organisatie is uniek in Nederland, mooie evaluatie, goede samenwerking met de gemeente en partners
- **Financiering en beleid**
Gemeente geeft subsidie, maakt cultuurnota waarin RIQQ een plek moet hebben.
Gemeente stelt eisen.
Subdiestop ouderenprojecten
90.000 van Kunsthuis is 'verdwenen'
Subsidieregelingen in het onderwijs
Beleidsnota Sociaal Domein
Impuls CE op school, niet vrije sector
Doorgang combinatiefunctaris
Legitimatie. Druk van verantwoording: hoe besteden wij de €€
Structuurvoorstel op een andere manier organiseren
- **Inwoners**
Signalen van ontevredenheid. Wie, waarover precies? Geluiden 'kunst is naar zijn grootje'.
- **Rol van kunstenaars**
Kritisch. Aantal bloedgroepen onvoldoende ad bak
Weerstand tegen rol van kunst in sociaal domein
- **Trends**
Wat is gangbaar/trendy/mode: willen we daarbij aansluiten?
Geen inlevingsvermogen: klant is koning
Vergrijzing amateurverenigingen
- **Samenwerking met anderen**
Je bent soms afhankelijk
Veel verschillende samenwerkingspartners

**AMBITIE, wat willen we met communicatie bereiken**

- Zichtbaar maken wat er in de gemeente Rheden allemaal op cultuurgebied gebeurt, door RIQQ en door anderen.
- Door elkaar vriendelijk in het openbaar te bedanken voor ieders inzet, wordt de samenwerking duidelijk en laten we de verbindende rol van RIQQ zien.
- We spreken waardering uit voor onze partners, vrijwilligers en donateurs.
- Zalen zijn vol. Exposities worden bezocht. Voldoende deelnemers aan projecten. Kunstenaars en artiesten krijgen een podium.
- Zoveel mogelijk doelgroepen participeren in en genieten van cultuur.
Zo veel mogelijk mensen profiteren in hun ontwikkeling van kunst en cultuur.

AANPAK, KEUZES, De Phoenix moet herrijzen

Projectmatig werken: projectleider of betrokkene bij RIQQ maakt projectdraaiboek, gaat tijdig in gesprek met communicatie over de strategie en aanpak. Per situatie:

- Wie is doelgroep en afzender.
- Welk doel willen we bereiken. Wat is de boodschap en toon.
- Met wie werken we samen, hoe communiceren we hierover.
- Hoe kunnen we ieders communicatiemiddelen inzetten.
- Hoe profileren we RIQQ, het product, de partners, de locatie.
- Hoe benutten we ieders kennis, expertise en passie.
- Evaluatie, feedback, kosten.
- Wie is aanspreekpunt of woordvoerder.
- Is hulp of training gewenst of nodig?

Voorbeelden van projecten: Programmering als overkoepelend project, Pinkenberg, Middachten, Kindervoorstellingen, De Passage, Bug de Bruinprijs, aanbod van verenigingen en kunstenaars, Nieuwsbrief, ouderenprojecten, keuzemenu voor scholen, aandacht voor vrijwilligers (Wijzer Werven)
In 'dringende', actuele of politiek gevoelige situaties is er overleg met de directeur of het bestuur.

Doelgroepen Middelen Matrix

- Wie kennen we en wie is potentiële doelgroep.
- Gedrag. Waar zijn zij. Hoe kunnen we hen bereiken.
- Hoe sluit ons aanbod aan.
- Wat zijn de doelgroepen van onze partners

Communicatie Planning

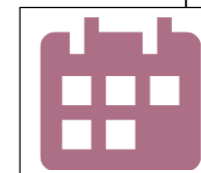
Overzicht van voorstellingen, drukwerk, persbericht, advertentie

Stijl van het huis

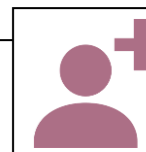
Nieuwe huisstijl verder invullen. Misschien met bijdrage van kunstenaars. Goed beeldmateriaal verzamelen. Korte filmpjes. Storytelling. Onze naam is: Cultuurbedrijf RIQQ / RIQQ

Duidelijkheid RIQQ- Gemeente

- Subsidies, kader, beleid, visie, keuzes
- Herdefiniëring rol RIQQ: faciliteert, verbindt, ondersteunt
- Wat doen we wel en wat niet: Verwachtingsmanagement

**VERANTWOORDING en METEN**

- Cultuurnota en evaluatie
- Begroting en jaarplan
- In projectdraaiboek: gerealiseerd, kosten, feedback, aantal bezoekers
- Open vragen aan publiek en partners

**BETROKKENEN voor/naar/met wie communiceren we. Wie bepaalt succes of mislukken**

- **Bezoekers van voorstellingen uit Rheden en de regio**
Inwoners (kinderen, ouders)
Liefhebbers van kunst en cultuur
Toeristen en passanten
- **Geïnteresseerden in een les of cursus**
Mensen die iets willen leren of lid van een vereniging willen worden
- **Deelnemers in projecten**
Scholen, de leerlingen
Ouderen. Inwoners van Rheden
Mensen met een achterstand tot culturele ontplooiing
- **Kunstaanbieders, in breedste zin. Amateurs en professionals**
Makers van beeldende kunst, literatuur muziek, toneel, podiumkunst.
Verenigingen. Artiesten
- **Vrijwilligers als ambassadeurs**
Team, Pinkenberg, Middachten
Denktank en projecten
- **Donateurs, vrienden van**
Moet verder ontwikkeld worden
- **Partners**
Verenigingen. Bibliotheek.
Welzijnsorganisaties. Verzorgingshuizen.
- **Relaties**
Rabobank en mogelijk anderen.
Fondsen
- **Intern**
Team, bestuur, vrijwilligers, werkgroep
Gemeente, beleid/wethouder/raad
- **Media als intermediair naar doelgroep**
Kranten, Radio. TV

MIDDELEN

- **Iedereen kennis, netwerk, enthousiasme, beschikbare tijd:** team, bestuur, werkgroepen, partners, vrijwilligers. Instellen van communicatie werkgroep
- **Budget:** €11.500,- voor middelen als drukwerk, advertenties. €2.500,- voor de site
- **Communicatiemiddelen.**
Is er al: huisstijl, site, flyers, posters, advertenties, social media.
Verder ontwikkelen: social media, beeldmateriaal, filmpjes, storytelling, middel voor programmering, projectcommunicatie