



WILMINKTHEATER

MUZIEKCENTRUM

Partner in het Muziekkwartier

ENSCHDEDE

De rollen gedeeld





Inhoud

HUIS WAAR LICHT BRANDT	4
Naar 2020 – in het kort	5
Meeveranderen met onze rol	6
Verbinden: een werkwoord	8
Eén programma, vier pijlers	10
De kracht van de inhoud	14
Sterk en dienstbaar in de regio	14
Tot slot	15
VISIE	16
MISSIE	18
STRATEGISCHE DOELEN 2020	20
Klant	20
Bedrijfsprocessen	22
Leren en groeien	24
Opdrachtgever	26

In Enschede staat een huis. Waar 4000 mensen tegelijk gastvrij kunnen worden onthaald, maar waar je je ook welkom voelt als je in je eentje komt. Waar je altijd een ervaring deelt, hoe verschillend die ook wordt beleefd. Er wordt gepraat, gelachen, gezongen, gedanst, gemusiceerd, geluisterd en soms een brok in de keel weggeslikt. Dat huis ga je heel makkelijk binnen, op elk moment van de dag.

Huis waar **licht** brandt

Je vindt snel je weg in wat er zich binnen allemaal afspeelt. Bij elk bezoek wordt het meer eigen. Iedereen vindt er aansluiting: bij wat er gebeurt, bij wie daar een rol in spelen, bij de andere gasten. Zo komt dat ene huis de samenleving tot in de verre omtrek ten goede.

Dat is Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede. Een huis waar licht brandt.



NAAR 2020 – IN HET KORT

Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede versterkt zijn spilfunctie als grootste podiumvoorziening in de regio met een herkenbare programmering op vier hoofdlijnen:

- **Exclusief in Twente.** Gezichtsbepalend aanbod in samenwerking met enkele toonaangevende gezelschappen.
- **Speciaal geselecteerd.** Een programma dat in samenspraak met een **netwerk** van ambassadeurs wordt ontwikkeld én aan de man gebracht. Het ademt vernieuwing en creativiteit, maar door de rol van de ambassadeurs ook vertrouwen. Voor publiek dat open staat voor verdieping.
- **Beproefde kwaliteit.** Een **breed aanbod** voor het grote publiek, waarbij toegankelijkheid en kwaliteit hand in hand gaan. En waarmee ook de mensen worden verleid die voor een verstrooiende avond uit nog niet vanzelfsprekend onze zalen opzoeken.
- **Stad in de hoofdrol.** Voorstellingen maar ook andere activiteiten waarvoor partijen in Enschede medeverantwoordelijkheid dragen. Wij zorgen ervoor dat wat er leeft in de stad door de stad zelf naar onze podia wordt gebracht. Oftewel: het **podium aan de stad**.



In de communicatie over de hele programmering staan de makers, hun werk en hun verhalen centraal. We overtuigen onze bezoekers op inhoud.

Met deze aanpak maken we van ons streven naar verbinding een opdracht. We betrekken zoveel mogelijk mensen actief bij wat we doen. We geven ze daar als het even kan ook een stem in, of liever nog een eigen rol. Omdat we ervan overtuigd zijn dat we daar in Twente met z'n allen baat bij hebben.

MEEVERANDEREN MET ONZE ROL

Verandering: wij leven ervan. In onze zalen is geen dag hetzelfde, en het zijn steeds andere mensen die er getuige van zijn. Des te zwaarder wegen de uitgangspunten waarmee wij dat steeds wisselende aanbod vormgeven. Ze vormen de leidraad in ons werken als directie en medewerkers van Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede.

Het is tijd om onze koers opnieuw te bepalen. Niet alleen op basis van onze eigen ervaringen en nieuwe inzichten uit de afgelopen vijf jaar. Ook externe factoren vragen daar om. Zoals het pleidooi om stedelijke regio's een grotere rol te laten spelen in het landelijke cultuurbeleid. En de veranderende opvattingen over de inrichting van het theaterbestel in Nederland. Die tendensen spreken uit de Agenda Cultuur (2017-2020) van de Raad voor Cultuur, het belangrijkste adviesorgaan van de regering.

Maar ook uit het rapport van de commissie Ter Horst (*Over het voetlicht*, naar een groter en diverser toneelpubliek, 2015). Dit laatste rapport richt zich weliswaar op toneel, maar de belangrijkste conclusies zijn van toepassing op het theateraanbod in het algemeen.

In het kort komt het erop neer dat theaters hun potentiële bezoekers veel meer moeten benaderen als burger in een sociaal netwerk, dan louter als consument die een avondje uit wil. Uit het rapport: *“Theaters en gezelschappen kunnen beter samenwerken om het juiste publiek bij de juiste voorstelling te vinden, om aan te sluiten bij de belevingswereld van het publiek en ook om als theater of gezelschap herkenbaarder te zijn voor potentieel geïnteresseerden.”*

Tegelijkertijd zien we de reislust van theatergezelschappen sterk afnemen. Dat is niet louter een kostenkwestie. Liever spelen ze vaker op minder plekken, en bouwen ze aldus aan een band met een vast publiek, dan dat ze - het hele land bereizend - een oppervlakkige relatie onderhouden met meer of minder toevallige bezoekers. Wij ervaren in de praktijk nu al hoe dat werkt. De binding van onze huisbespelers het Orkest van het Oosten en de Nederlandse Reisopera met het Twentse publiek is ijzersterk. Zoals Toneelgroep Oostpool (Arnhem) bijvoorbeeld het grootste draagvlak heeft op de Gelderse thuisbasis.

Gevoegd bij de nieuwe beleidsvisie van de provincie – waarin cultuur wordt beschouwd als verbindende factor die Overijssel aantrekkelijk maakt – vraagt dit alles om een herbezinning op onze uitgangspunten. We zullen onze koers niet drastisch verleggen, maar op onderdelen bijstellen. Met een scherpere focus en duidelijker accenten vervolgen we onze route, die ertoe leidt dat ons huis nog meer van de mensen wordt.

VERBINDEN: EEN WERKWOORD

Onderzoek alles, behoud het goede. Naar dat principe blijven onze kernwoorden onveranderd: *verbindend, innovatief, servicegericht, betrouwbaar, persoonlijk*. Verbinding staat letterlijk voorop: het blijft de motor van ons handelen. We zijn ons ervan bewust dat het inmiddels een modewoord aan het worden is, maar als verbinden ergens een kans van slagen heeft dan is het in het theater en de concertzaal. Met andere mensen live getuige zijn van een eenmalige ervaring, hoe verschillend die ook wordt beleefd, dat scheidt een band en biedt stof tot uitwisseling. Daar kan geen beeldscherm tegenop. In de afgelopen jaren hebben we een stevige basis gelegd waarop die verbinding kan gedijen. Met onze programmering hebben we drempels verlaagd en bieden we meer doelgroepen een grotere keuze uit verschillende genres, zonder concessies te doen aan de kwaliteit. De Kleine Willem blijkt een verrijking van ons aanbod. Het is een plek bij uitstek voor kleinkunst/cabaret, jeugdtheater en vernieuwende vormen van (muziek)theater.

Ons streven een podium van de stad te zijn krijgt gestalte in middagprogramma's voor wie 's avonds niet de deur uit kan of wil. Ook ons in eigen huis geproduceerde programma *Woar geet 't oan met Kesmis*, met een stevig aandeel van amateurs, is een goed voorbeeld. Datzelfde geldt voor de voorstellingen waarin maatschappelijke thema's – van ouder worden tot eetstoornissen – centraal staan.

In de praktijk zijn wij doorgaans de partij die het voortouw neemt, en anderen bij die initiatieven betreft. We gaan nu een stap verder. De stad wordt uitgedaagd om zelf een actieve rol te spelen. Door mee te denken over de programmering, ideeën aan te dragen, ze vorm te geven, én te helpen de zaal vol te krijgen voor het resultaat. Partners worden deelgenoot en tot op zekere hoogte mede-verantwoordelijk. Zo maken we met recht werk van de verbinding die we nastreven. In die wisselwerking wordt de Twentse samenleving naar onze overtuiging hechter, creatiever en gelukkiger.

Deze actieve benadering spreekt uit onze aangescherpte missie en visie. Ze ligt ook ten grondslag aan een nieuwe manier van programmeren, waarbij we denken en werken in vier hoofdlijnen. Daarmee geven we inhoud en sturing aan die verbinding, maar sluiten we ook aan bij de ontwikkelingen in onze sector en de bestuurlijke actualiteit. Het versterkt onze spilfunctie als grootste podiumvoorziening in de regio en vergroot de herkenbaarheid van ons aanbod.





ÉÉN PROGRAMMA, VIER PIJLERS

1 *Exclusief in Twente*

Gezichtsbepalend aanbod, ontwikkeld in samenwerking met circa vijf toonaangevende gezelschappen.

Uitgangspunten: Muziek(theater) staat centraal. Onze zalen in het hart van Enschede Muziekstad zijn daar optimaal voor ingericht. Exclusief voor deze regio, dus alleen bij ons te zien. Aansluiten bij het innovatieve en creatieve karakter van Twente, en het samenspel tussen stad en regio versterken.

Het Orkest van het Oosten en de Nederlandse Reisopera zijn hierin als huisbespelers vanzelfsprekende partners. Andere mogelijke kandidaten: Metropole Orkest, Scapino Ballet, Orkater. Op den duur wordt Enschede een tweede thuis, waar ze zich drie keer per seizoen één week manifesteren. Met bijvoorbeeld 2 voorstellingen/concerten en daarnaast workshops, educatieve activiteiten en voorproefjes. Die kunnen zich ook in andere theaters in de regio afspelen. Zij krijgen daarmee de nationale top in huis. Het publiek in de regio wordt geattendeerd op voorstellingen die (bijvoorbeeld door hun grootschaligheid) alleen bij ons zijn te zien.

2 *Speciaal geselecteerd*

Uitdagend aanbod, geselecteerd in samenspraak met een netwerk van ambassadeurs. Deze ervaren cultuurconsumenten, niet per se deskundig maar wel inhoudelijk betrokken en geïnformeerd, worden ook ingeschakeld bij marketing en promotie. Draagvlak en bereik worden groter, terwijl onze professionele ervaring leidend blijft. Avontuurlijke en/of vernieuwende programma's, voor publiek dat open staat voor verdieping en nieuwe ervaringen. Kan variëren van jeugdtheater in de Kleine Willem en kamermuziek in de Arkezaal tot een toneelmarathon à la Borgen in de Holland Casino Zaal. Voorbeeld voor het netwerk is een concept als dat van Delden Klassiek, dat wordt (uit)gedragen door een vaste kern muzikliefhebbers.

3 *Beproefde kwaliteit*

Breed aanbod voor wat je 'het grote publiek' kunt noemen. Van Jochem Myjer tot Marco Borsato, van grote musicals tot de Opera van Tatarstan, maar ook de hitvoorstellingen van De Verleiders. Voor publiek dat in de eerste plaats komt voor ontspanning, plezier, een leuke avond uit. Ook gericht op mensen die daarvoor (nog) niet vanzelfsprekend het theater of de concertzaal opzoeken.

4 *Stad in de hoofdrol*

We dagen de inwoners uit om – al dan niet in georganiseerd verband – zich onze podia eigen te maken. Met voorstellingen, concerten, festivals, open podia, en alternatieve vormen zoals gesprek en ontmoeting. Er is ruimte voor initiatieven uit de stad, maar we vormen voor een aantal nader te bepalen thema's ook werkgroepen die naar eigen idee voor invulling zorgen. Zij organiseren en zorgen ook voor publiek. Waar mogelijk zullen ze ook financiële risico's (mede) moeten dragen. Uiteraard wordt dit hele proces door ons professioneel begeleid en ondersteund. Geen 'u vraagt, wij draaien', maar 'u vraagt, dan mag u meedraaien'. Op die manier laten we mensen ook ervaren dat cultuur niet voor niks kan, en dat daar keuzes aan te pas komen. Aanbod van amateurgezelschappen en educatieve activiteiten maken eveneens deel uit van deze stadsprogrammering, waardoor de samenhang wordt versterkt.

In het verlengde hiervan onderzoeken we de mogelijkheid om meer zelf te produceren, naar het voorbeeld van onze programmering rond de feestdagen onder de noemer 'Woar geet 't opan met Kesmis'. Dit is een vaste waarde geworden in ons programma, met een grote inbreng uit de stad. In een businessplan wordt deze producerende rol verder uitgewerkt en onderbouwd.





DE KRACHT VAN DE INHOUD

In onze marketing en communicatie is de afgelopen jaren veel aandacht uitgegaan naar de (digitale) systematiek om doelgroepen te onderscheiden, te bereiken en aan ons te binden. Daarin hebben we een niveau bereikt waarmee we de boodschap op de juiste plek krijgen. In de communicatie over onze hele programmering staan nu de makers, hun werk en hun verhalen centraal. We overtuigen onze (potentiële) bezoekers op de inhoud van de kunst, en verleiden ze met het gevoel dat daarmee wordt opgeroepen.

Deze programmering en de manier van werken die daaruit voortvloeit doen een sterk beroep op de creativiteit en innovatiekracht van onze eigen mensen. We investeren daarin, zodat ze ook individueel kunnen slagen in hun doelstellingen.

STERK EN DIENSTBAAR IN DE REGIO

De Raad voor Cultuur pleit in haar jongste advies voor een verschuiving van taken van het Rijk naar stedelijke regio's. Uit het advies: "Stedelijke regio's kunnen rekening houden met de eigen identiteit en inspelen op de behoeften van hun inwoners. (...) Meer maatwerk wordt daardoor mogelijk, meer onderscheid ook. Het Rijk blijft een belangrijke partner en financier, maar het initiatief verschuift naar de stedelijke regio."

Hoewel over de definitie van die stedelijke regio's nog veel onduidelijk is, staat voor ons vast dat de positie van Enschede als grootste stad van Twente in dit verband verplichtingen schept. Ook voor ons als grootste podiumvoorziening. Juist in het zoeken naar regionale samenwerking. De druk op theaters in het algemeen neemt toe, en dat geldt nog sterker voor de kleinere podia buiten de steden. Helemaal nu gezelschappen honkvaster worden en de tijd dat elk theater alles kon doen voorbij lijkt. Al enige tijd zijn we met theaters in de omliggende regio in gesprek over afstemming in onder meer programmering en marketing. We onderzoeken daarbij ook hoe wij dienstverlenend en faciliterend kunnen zijn. Mogelijk kunnen andere theaters bijvoorbeeld meeliften met onze systemen voor *customer relationship management* (CRM).

Wij zien het als onze verantwoordelijkheid om te kijken of we een situatie kunnen creëren waarbij iedereen wint.

TOT SLOT

De herbezinning op onze koers heeft geleid tot een aangescherpte missie en visie. Ook zijn er strategische doelstellingen geformuleerd voor de komende jaren (zie hiervoor de bijlagen). Het is goed om te benadrukken dat de uitgangspunten vastliggen, maar de daaruit voortvloeiende plannen niet in beton gegoten zijn. We koppelen in dit proces continu terug met onze eigen mensen, de Raad van Commissarissen, stakeholders en opdrachtgevers.

“Als zoveel mogelijk mensen zich daadwerkelijk **verbonden** voelen **met ons huis**, met de andere bezoekers en met wie en wat er op ons podium staat dan wordt de Twentse samenleving **creatiever**, **hechter** en **gelukkiger**.”

“Wij zorgen ervoor dat zoveel mogelijk **inwoners** van de stad en de regio zich daadwerkelijk **verbonden** voelen met ons huis, met de andere bezoekers en vooral met wie en wat er op **ons podium** staat.”



Klant

Wat kunnen we doen om onze primaire doelgroepen / klanten nog beter te bedienen?

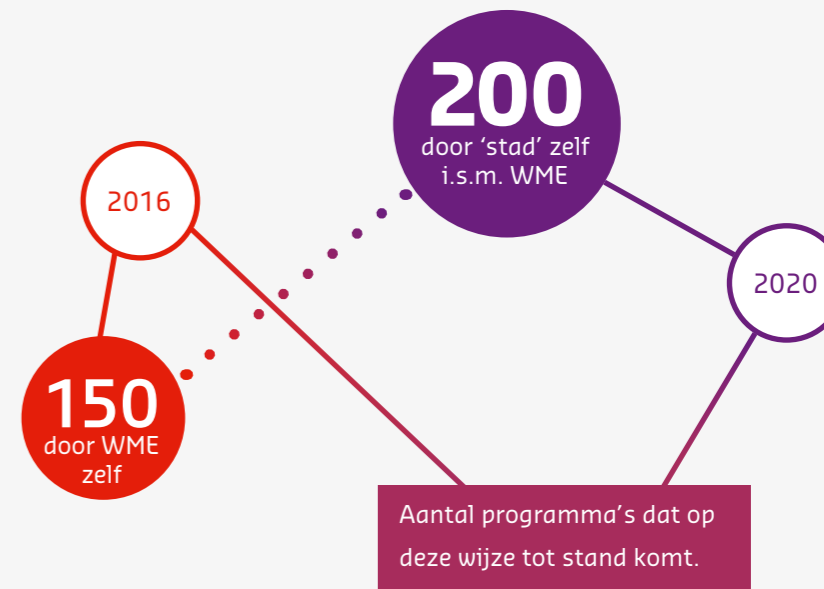


AANTAL

(STADS)PROGRAMMA'S

Aanpak

We binden groepen klanten en stakeholders aan ons en maken hen medeverantwoordelijk voor een deel van de programmering (stadsprogrammering).

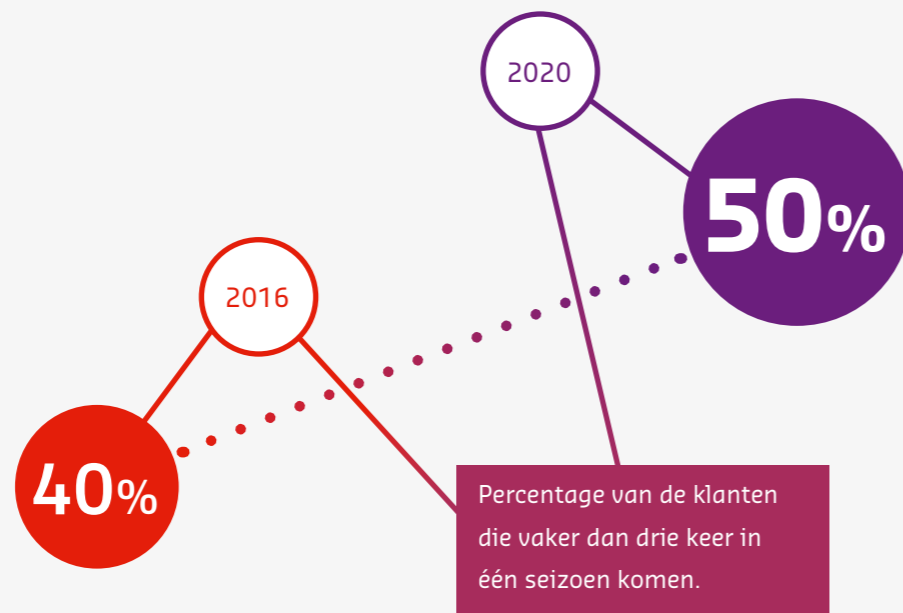


AANTAL

HERHAALBEZOEKEN

Aanpak

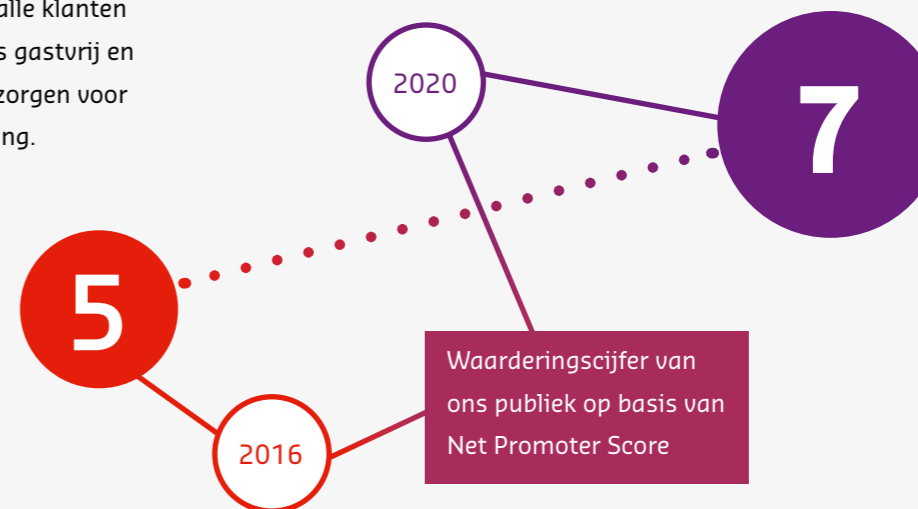
We onderscheiden doelgroepen en verbinden ze door de inhoud van de kunst en de verhalen van onze makers centraal te stellen in onze communicatie.



KLANTTEVREDENHEID

Aanpak

We benaderen alle klanten en stakeholders gastvrij en persoonlijk en zorgen voor optimale beleving.



Bedrijfs- processen

Welke processen en subprocessen moeten we verbeteren?

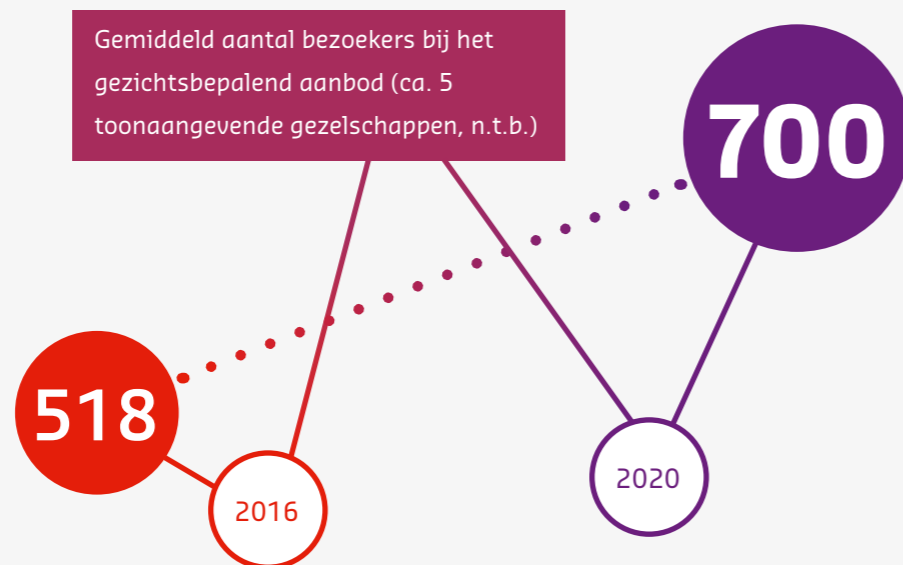


AANTAL BEZOEKERS

GEZICHTSBEPALEND AANBOD

Aanpak

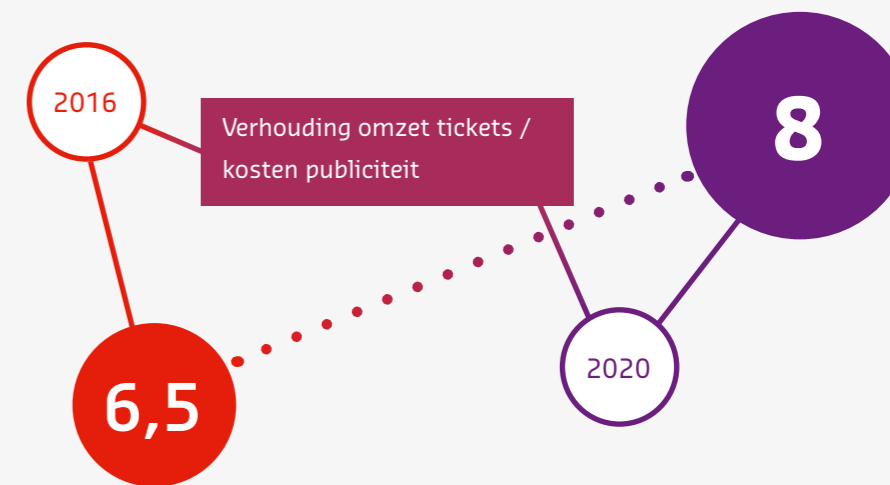
We verbeteren ons programmaconcept waardoor we onze herkenbaarheid verhogen door bespeling met minder gezelschappen in een duurzame en hechte samenwerking.



COMMUNICATIEPROCES

Aanpak

Verbeteren proces afd. Communicatie om meer effectiviteit te hebben van communicatiemiddelen.

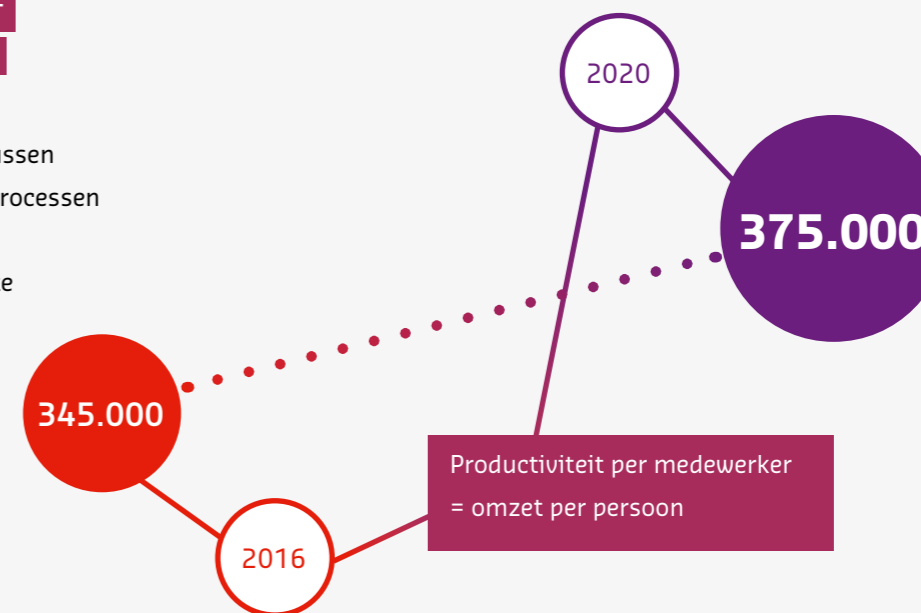


PRODUCTIVITEIT

MEDEWERKERS

Aanpak

Afstemming tussen verschillende processen verbeteren om productiviteit te optimaliseren.



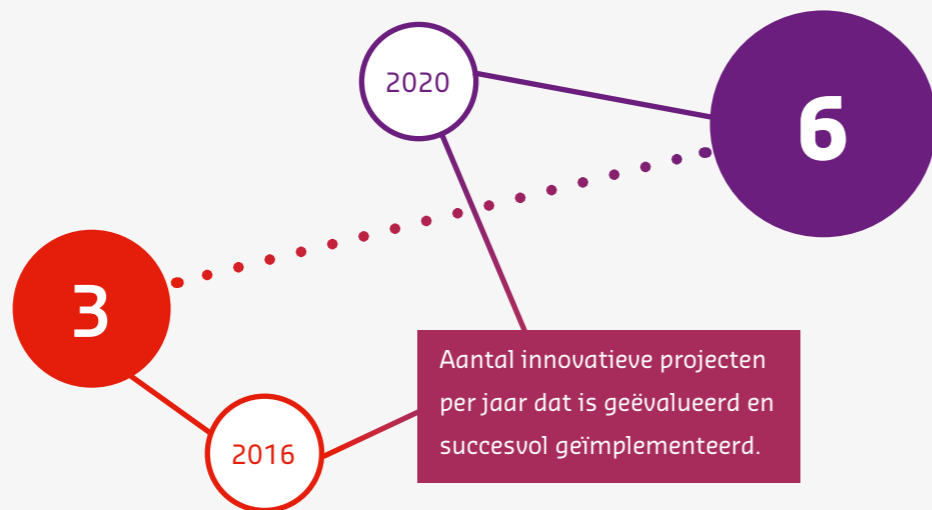
Leren en groeien

Hoe zorgen we ervoor dat we ons vermogen om te veranderen en te verbeteren vergroten?



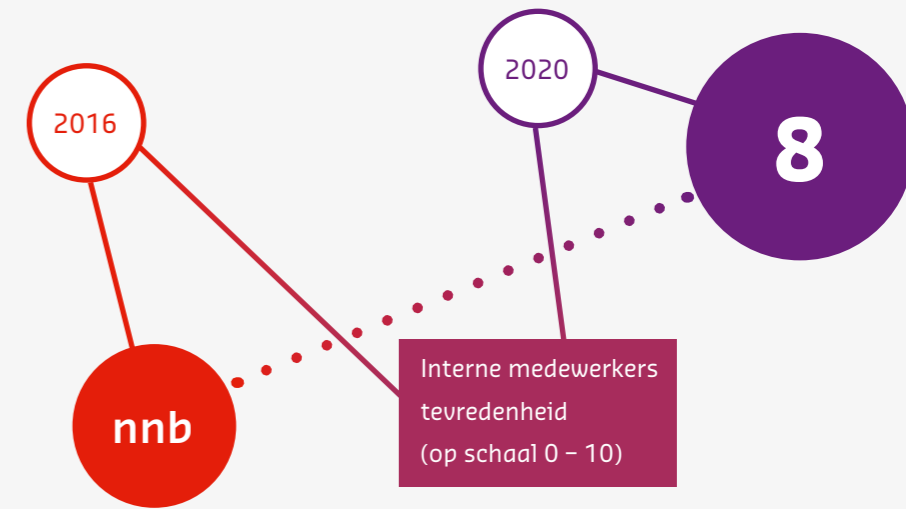
AANTAL INNOVATIEVE PROJECTEN

Aanpak
Innovatie en creativiteit maken substantieel deel uit van onze organisatiecultuur waarbij er ruimte moet zijn voor het experiment.



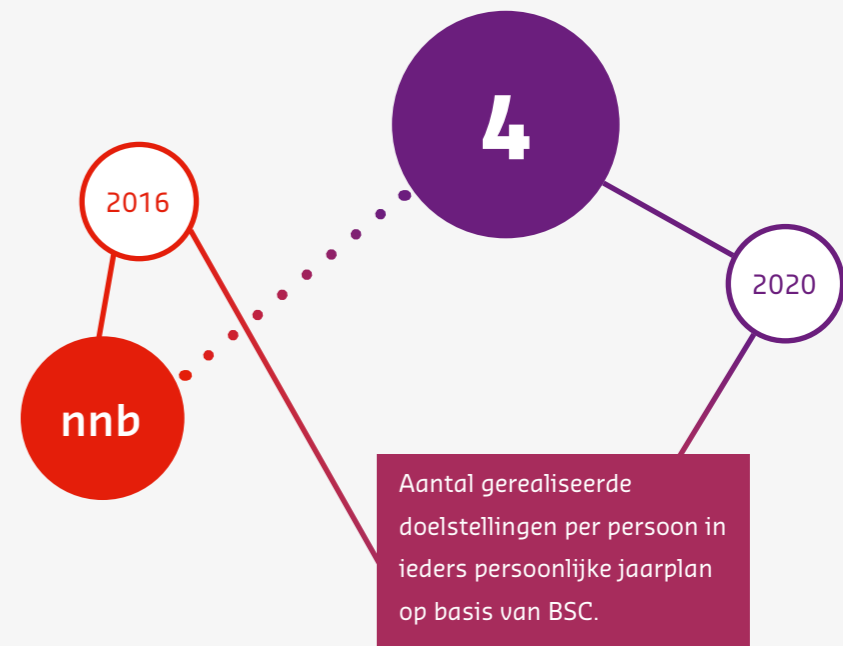
INTERNE TEVREDENHEID

Aanpak
We zetten de juiste persoon met de juiste competenties op de juiste plek waardoor de interne klant/leverancier relatie vlekkeloos verloopt.



AANTAL GEREALISEERDE DOELSTELLINGEN

Aanpak
We leggen verantwoordelijkheden (en budgetten) zo laag mogelijk neer in de organisatie en maken medewerkers medeverantwoordelijk voor de processen en de vernieuwing van de organisatie.



Opdrachtgever

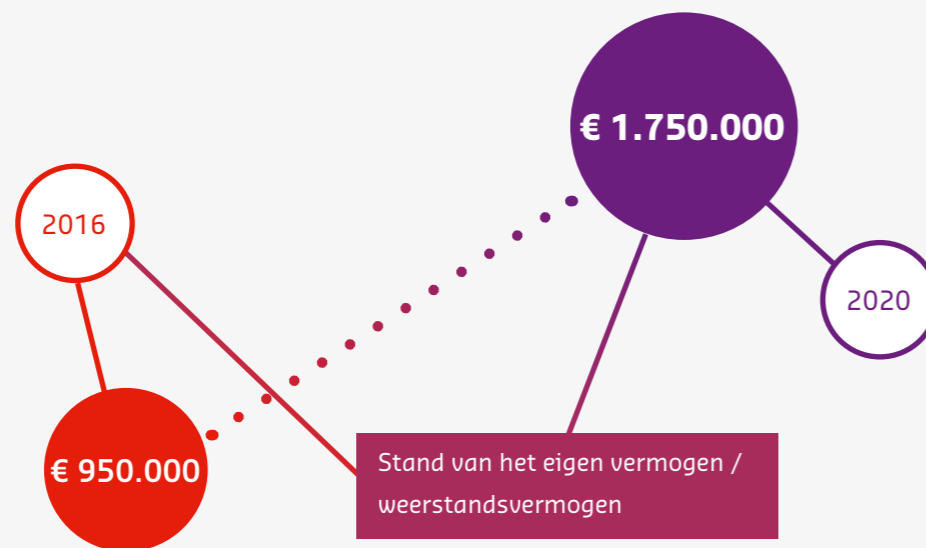
Wat moeten we doen om van grotere betekenis te zijn voor wethouder / gemeente / provincie?



EIGEN VERMOGEN

Aanpak

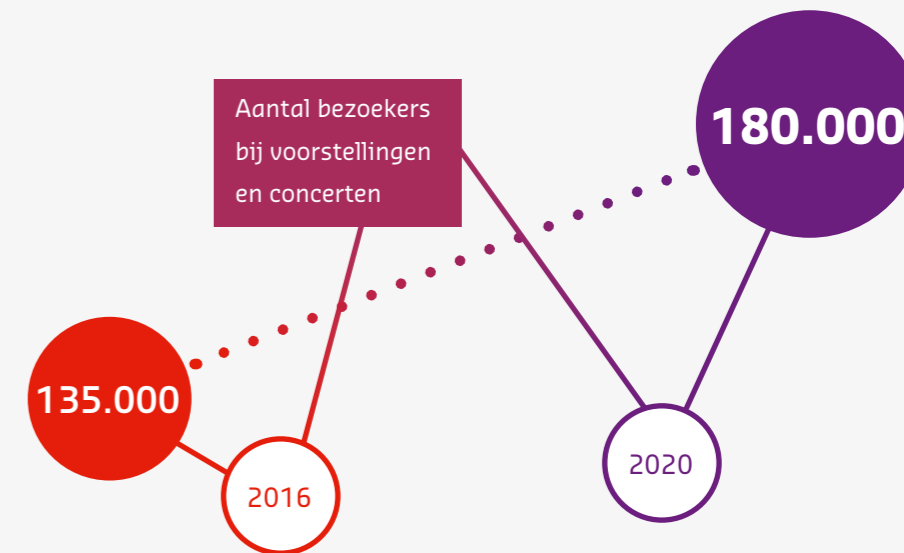
We voeren een gedegen bedrijfsvoering.



CULTUREEL RENDEMENT

Aanpak

We realiseren via een (voldoende cultureel hoogwaardige en maatschappelijke) programmering een zo hoog mogelijk cultureel rendement in termen van publieksaantallen.

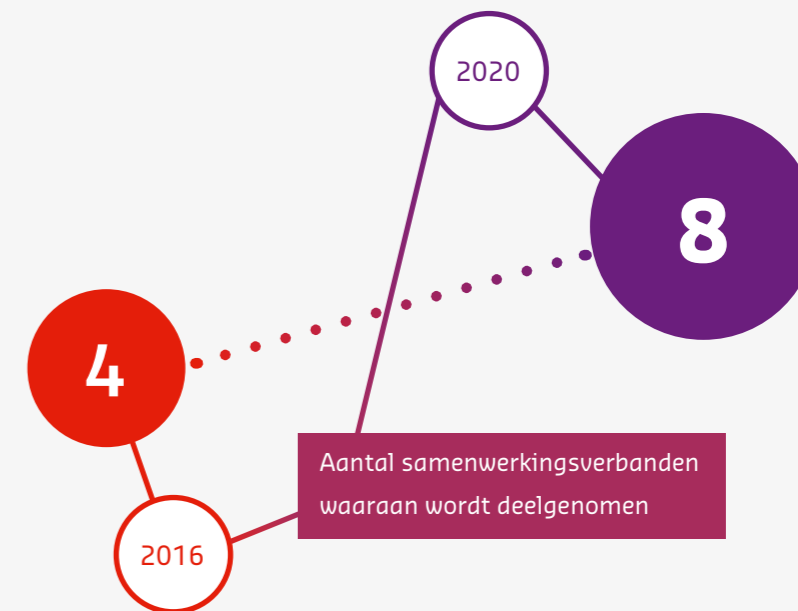


AANTAL

SAMENWERKINGSVERBANDEN

Aanpak

We dragen bij aan een sterke culturele infrastructuur in stad en regio door ruimhartig expertise te delen in regionale samenwerkingsverbanden.



Wilminktheater en Muziekcentrum Enschede

Wenninkgaarde 40-42

Postbus 634

7500 AP Enschede

www.wilminktheater.nl

Fotografen: Raquel Otten, Ron van den Boom, Luca Fiaccavento, Orkater-ViaBerlin, Marian van Soest, Rob Baas, Hans Gerritsen, Orkest van het Oosten, Eric Brinkhorst.

Bij de samenstelling van deze brochure hebben de makers getracht alle rechthebbenden te achterhalen. Diegenen die desondanks menen rechten te kunnen doen gelden, worden verzocht contact op te nemen.