

Heerlen

concept-collegebesluit

Datum,
16-11-2011

Datum vergadering :
15-11-2011

Auteur:
HELVERT, M. VAN

afdeling:
36.05.0 ECONOMIE SP

telefoonnummer:
5116

Registratienummer:
2011/56153

Openbaar
Ja

Begrotingswijziging:
nee

Bevoegdheid:
Collegebevoegdheid

Opdrachtverstrekking HDNA.

voorstel:

1. Opdracht te verstrekken aan HeerlensDNA tot het opzetten en het op zijn minst 2 jaar draaiende houden van een Ideeënhuis voor Heerlen voor een bedrag van € 100.000,-- (verdeeld over 2 jaar).

besluit:

Opdracht te verstrekken aan HeerlensDNA tot het opzetten en het op zijn minst 2 jaar draaiende houden van een Ideeënhuis voor Heerlen voor een bedrag van € 100.000,-- (verdeeld over 2 jaar).

Heerlen

g

Collegevoorstel b&w

"Gewijzigd"

Datum,
12 oktober 2011

Auteur:
HELVERT, M. VAN

afdeling:
36.05.0 ECONOMIE SP

telefoonnummer:
(045) 56 04 216

mede-auteur(s):

Registratienummer:
2011/56153

Begrotingswijziging:
Ja

Openbaar

~~Nee~~ Ja

ambtelijke routing

afdelingshoofd/dir.

directeur

d.d. akk. opm.

10/11 [handwritten initials] [handwritten initials]

bestuurlijke routing

secretaris

burgemeester

weth. Aarts

weth. Gillissen

weth. Smeets

weth. de Wit

weth. van Zutphen

d.d. akk. bespr.

10/11 [handwritten initials] [handwritten initials]
[handwritten initials] [handwritten initials]
[handwritten initials] [handwritten initials]
[handwritten initials] [handwritten initials]
[handwritten initials] [handwritten initials]
10/11 [handwritten initials] [handwritten initials]
[handwritten initials] [handwritten initials]

selectieve besluitenlijst

persbericht

raadsinformatiebrief

uit. dat. b&w 15-11-2011

Opmerk. secr./portefeuillehouder

onderwerp

Opdrachtverstrekking HDNA

voorstel en besluit:

- Opdracht te verstrekken aan HeerlensDNA tot het opzetten en het op zijn minst 2 jaar draaiende houden van een Ideeënhuis voor Heerlen voor een bedrag van € 100.000 (verdeeld over 2 jaar)

Onderwerp

Opdrachtverstrekking HDNA

Inleiding/aanleiding

De gemeente heeft de ambitie om creatieve industrie in Heerlen te stimuleren. Daarnaast is er behoefte aan een ideeënhuis, waarin mensen laagdrempelig binnen kunnen lopen om goede ideeën voor de stad en haar inwoners neer te leggen. Daarom heeft de gemeente gesprekken gevoerd met de stichting HeerlensDNA (HDNA) om een dergelijk huis te realiseren en uitvoering te geven aan de afhandeling van de ideeën, zodat die in de gehele gemeente bekendheid kunnen genieten.

Om sturing te houden op het proces wil de gemeente een concrete opdracht aan HDNA verlenen, voor het inrichten van een Ideeënhuis in het leegstaande winkelpand Honigmanstraat 37B. Tot de opdracht behoort ook dat het op zijn minst 2 jaren wordt gerund door de stichting, conform het businessplan(in bijlage).

De opdracht betreft een zogenaamde 2B-dienst. Volgens de regels kan dan tot een bedrag van € 193.000 enkelvoudig onderhands worden aanbesteed. Deze regels worden in acht genomen.

Kader

De opdracht vindt plaats in het kader van het Actieplan Creatieve Industrie 2009-2012. In Het Actieplan wordt aangegeven dat er wordt gestreefd naar een diverse en dynamische creatieve sector in Heerlen die als banenmotor fungeert en tegelijkertijd een bijdrage levert aan een prettig en onderscheidend woon-, werk-, en leefklimaat in Heerlen.

Kernthema:

Economische speerpunten

Bevoegdheid

College van Burgemeester en Wethouders

Voorstel

1. Opdracht te verstrekken aan HeerlensDNA tot het opzetten en het op zijn minst 2 jaar draaiende houden van een Ideeënhuis voor Heerlen voor een bedrag van € 100.000 (verdeeld over 2 jaar).

Argumenten

- 1.1 De gemeente wil de Creatieve Industrie ondersteunen met het Ideeënhuis van HDNA omdat een sterke creatieve sector zorgt vooreen prettig en dynamisch woon, leef-, en werkklimaat. Dit is een belangrijke vestigingsfactor voor potentiële inwoners en bedrijven.
- 1.2 Het is van belang dat HDNA gevestigd is in de binnenstad, omdat het van groot belang is dat meer *traffic* wordt gegenereerd in de stad. Er moet meer "te doen" zijn. Het Ideeënhuis van HDNA bewerkstelligt dit.
- 1.3 HDNA heeft op verzoek van de gemeente een plan van de Ideeënwinkel uitgewerkt. Het concept is uniek en de stichting werkt met de bekende

Heerlenaar Erol Öztan, waardoor het project, alsmede de creatieve industrie in Heerlen vanaf het begin een gezicht heeft. Eén van de actiepunten uit het Actieplan Creatieve Industrie 2009-2012 is het aantrekken van ambassadeurs van de Creatieve Industrie.

Tegenargumenten

n.v.t.

Kosten en dekking

De kosten worden gedekt vanuit het bedrag van € 750.000 in de "Bestemmingsreserve nog uit te voeren werkzaamheden" dat door de raad is bestemd voor Creatieve Industrie in de raadsvergadering van 5 oktober 2010.

Middels de najaarsnota 2011 is een bedrag van € 125.000 vrijgemaakt in de begroting. Het bedrag van € 50.000 in 2011 kan hieruit betaald worden.

In 2012 zal het bedrag van € 50.000 betaald worden vanuit het resterende bedrag van € 750.000. Dit wordt met de Voorjaarsnota 2012 meegenomen.

Communicatie

De raad wordt een informatiebrief voorgelegd waarin de voortgang van de Creatieve Industrie wordt gemeld.

Evaluatie

Ambtelijk is er nauw regelmatig overleg met HDNA, waardoor de voortgang wordt bewaakt en actie worden geëvalueerd.

Planning, procedure en uitvoering

De stichting HDNA zal nog in 2011 aanvangen met de uitvoering van het Ideeënhuis.

Bijlagen meegezonden

Businessplan HDNA

Bijlagen ter inzage

n.v.t.

Stichting Heerlens DNA

Business Plan

In opdracht van Erol Öztan en Michael Rijken

Met dank aan Rob Aalders

2 mei 2011



Inhoudsopgave

Inleiding

De ondernemer

Erol Öztan
Michael Rijken
Erol & Michael als inspirerende katalysator

Creativiteit in de markt

Het kabinet wil de creatieve industrie helpen om sterker te worden
De markt
Achterliggende gedachte
De maatschappelijke effecten van cultuurparticipatie in andere steden

De Ideeënwinkel

Stichting HDNA
Missie
Doelstelling
De doelgroep

De Ideeënwinkel gevuld

De activiteiten
Plaats
Promotie
Personeel
Prijs
Presentatie
Proces
Partners
Prestatie
Perceptie

**Stichting HDNA draagt bij aan de SWOT van de Gemeente Heerlen
Financieel plan**



Inleiding

'Balkenende IV: Cultuurbeleid draagt bij aan sociale samenhang en een vitale economie. Een rijk cultuur leven is een bron van creativiteit en versterkt het internationaal vestigingsklimaat en het is essentieel voor trots en een gemeenschapsgevoel in een samenleving'

Heerlen is een prachtige stad en wordt gekenmerkt door de vele buurten en wijken, elk met een sterk gemeenschapsleven. Het culturele leven in deze buurten en wijken is van belang voor het behouden en misschien wel versterken van de Heerlense identiteit. Het bereiken van meer evenwicht tussen culturele activiteiten in het centrum en de wijken kan een positieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid van de stad. Het centrum heeft een sterke aantrekkingskracht voor deze buurten en wijken; hoe bruisender het centrum, hoe aantrekkelijker voor iedereen.

Dit denken ook de initiatiefnemers van Stichting Heerlens DNA (HDNA). Middels creatieve activiteiten willen zij ondernemers, bezoekers en bewoners met Heerlens DNA laten ervaren wat de mogelijkheden en uitdagingen zijn om creatieve inspiratie te tonen en op deze manier een positieve bijdrage te leveren aan de dynamiek van het centrum van Heerlen.

Een belangrijke ontwikkeling die niet buiten beschouwing kan worden gelaten is social media. De opkomst van sociale media en de technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om een brug te slaan tussen de virtuele en fysieke wereld. Door deze twee werelden samen te brengen ontstaat synergie en kan leefbaarheid in Heerlen bevorderd worden. In de hedendaagse maatschappij kunnen wij niet meer zonder digitalisering en dit biedt juist kansen voor ontwikkelingen op gebied van cultuur, economie en de samenleving.

Dit business plan geeft zicht in de initiatieven van Stichting HDNA om als katalysator voor de stad Heerlen te dienen en een positieve impuls te geven aan de economie, cultuur en maatschappij en daarmee de leefbaarheid in Heerlen. De samensmelting met media zorgt daarbij voor een unieke beleving en maakt dit initiatief excellent.



De ondernemer

Stichting HDNA is een initiatief van Erol Öztan en Michael Rijken. Twee ondernemers met een sterke, eigen, creatieve identiteit.

Erol Öztan

Erol Öztan is concept bedenker en eigenaar van Erol I Architecten, geboren en getogen in Heerlen. Als architect laat hij zich inspireren door het leven; hij vindt het een fantastische gedachte dat we hier mogen zijn, dit alles mogen ervaren en er daadwerkelijk wat mee mogen doen. Hij is van mening dat iedereen kwaliteiten bezit, en hoe eerder men deze kwaliteiten ontdekt, hoe sneller dit een bijdrage kan zijn aan de maatschappij.

Volgens Erol hoeft creativiteit niet altijd veel geld te kosten. Zijn sterke kracht ligt voornamelijk in het creëren van low-budget creatieve oplossingen in de architectuur. Hij is van mening dat het vinden van de juiste oplossingen ontstaat door de juiste personen bij elkaar te betrekken en goed te communiceren; dát levert resultaat op. Erol werkt sterk vanuit zijn gevoel waarbij emotie een belangrijke factor is voor zijn werk.

Naast de architectuur is Erol, inmiddels al vijf jaar, betrokken bij de regionale omroep L1 en TVL. Hij presenteert een lifestyle-programma waarin hij op een laagdrempelige en eigenzinnige wijze laat zien hoe mooi Limburg wonen is.

Michael Rijken

Michael Rijken, geboren en getogen in Heerlen, is oprichter van Limburg Professionals; de grootste zakelijke online community van Limburg. Hij is expert op gebied van social media en maakt met zijn kennis en inzichten menig ondernemer wegwijs in de voordelen van netwerken; zowel online als offline.

Hij biedt ondernemers de mogelijkheid om hun business efficiënter en effectiever te genereren middels de nieuwste trends op gebied van social media. Zichtbaarheid van de ondernemer wordt hierdoor ook in de virtuele wereld optimaal benut.

Daarnaast is hij offline ook actief in het organiseren van netwerkevenementen. Hij is ondermeer oprichter van AffiliateDag, het grootste marketing congres van Nederland sinds 2008. Ook het evenement 'Buiten Werktijd' heeft hij met Limburg Professionals en HeerlenLive! georganiseerd met als doel om zakelijk Limburg te laten ervaren dat brainstormen buiten de eigen werkplek tot inspirerende oplossingen leidt.

Erol & Michael als inspirerende katalysator

Zowel Erol als Michael hebben jarenlange ervaring in ondernemen en zijn succesvol in wat ze doen. Hun out-of-the-box denken laat hun creativiteit spreken, enerzijds in het vak als architect en anderzijds in het vak als online + offline expert. Op die manier proberen zij mensen te inspireren en zelf hun weg te vinden in hun eigen creativiteit in relatie tot ondernemen.

Beide heren hebben een gigantisch netwerk in Limburg en maakt dat zij een bekendheid zijn voor menig inwoner. Ook de contacten die zij hebben in medialand zorgen ervoor dat zij, zowel via TV als Internet, een groot publiek kunnen bereiken. Belangrijk hierin is de communicatie; de factor die Stichting HDNA verbindt met Heerlen.



Hun resultaatgerichte aanpak, denken in oplossingen in plaats van problemen, flexibele opstelling en communicatieve vaardigheden zorgen voor een meerwaarde als initiatiefnemers van Stichting HDNA. Kortom: door hun affiniteit met Heerlen, succes in ondernemerschap, out-of-the-box denken, netwerk en status in Limburg en hun persoonlijke eigenschappen zijn zij een inspirerende katalysator om op creatief gebied te laten zien hoe mooi en goed Heerlen is en wat deze stad te bieden heeft voor iedereen met Heerlens DNA.



Creativiteit in de markt

Het kabinet wil de creatieve industrie helpen om sterker te worden

De ambitie van het kabinet is een welvarend, duurzaam en innovatief Nederland. Creativiteit en het vermogen om nieuwe en/of ongebruikelijke oplossingen voor bestaande problemen te vinden is hierbij van essentieel belang.

De creatieve industrie in Nederland is in de jaren voor de crisis meer dan gemiddeld gegroeid. De creatieve sectoren hebben niet alleen hun eigen culturele en economische waarde, zij dragen ook bij aan de dynamiek, vitaliteit en groei in andere sectoren. Samen met de creatieve sectoren wil het kabinet daarom werken aan een innovatieve en ondernemende creatieve industrie waarvan de producten en diensten breed worden benut; economische, cultureel en maatschappelijk.

De markt

'Heerlen is een eigentijdse stad. Met een rijk en welvarend mijnverleden, maar ook met moeilijke tijden rond de mijnsluiting en drugsoverlast. Dat is allemaal verleden tijd. Nu is het een stad met lef. Eigenwijs en eigentijds. Met de ruimte voor ontwikkeling en creativiteit.'

Heerlen doet het steeds beter en loopt in op andere steden maar kent nog steeds achterstand op sociaal, economisch en fysiek gebied. Het ondernemerschap en de werkgelegenheid blijven achter en de leefomgeving is nog niet optimaal. Door de bevolkingsafname en vergrijzing wordt de aanpak van deze achterstanden alleen maar complexer. Juist om deze redenen dient Heerlen aandacht te krijgen, van zowel de Gemeente, de inwoners, ondernemers en bezoekers. Hiervoor zijn meerdere initiatieven gestart.

De Gemeente Heerlen heeft sinds 2005 een sterke focus op de binnenstad. Een binnenstad die zich kenmerkt door vele functies; ontmoetingsplek, woonplek, werkplek, winkelgebied en uitgaansgebied. Onder het motto 'Wij zijn Heerlen en dit is ons hart' worden vele projecten geïnitieerd om van de binnenstad met haar vele functies een dynamische stad te maken waar men trots op is. Zo wordt het winkelgebied opnieuw gestructureerd zodat bezoekers zich beter kunnen oriënteren. Een nieuwe uitstraling middels gebouwen, straten en beelden dragen bij aan de Heerlense identiteit. Tevens heeft Heerlen een mooie, nieuwe, groene entree gekregen. Belangrijke toegangswegen naar het centrum zijn opnieuw ingericht om zodanig een fraaie aankomst te creëren voor menig bezoeker. Een ander belangrijk project is de ontwikkeling van het Maankwartier. Het zorgt voor een nieuwe stationsomgeving, een mooiere entree naar de binnenstad vanuit het spoor en een sfeervolle versterking van de binnenstad. Ook wordt er gewerkt aan een aantrekkelijker winkelgebied aangezien Heerlen wil groeien als koopstad en een groter en diverser winkelbereik creëren.

Een mooiere entree, sfeervolle winkellocaties en daarmee een nieuwe uitstraling maken de stad Heerlen aantrekkelijker voor menig bezoeker. Ook ondernemers vinden het belangrijk om zich in een stad te vestigen met een aantrekkelijke uitstraling. Een vestigingsplaats met een goed imago draagt namelijk ook bij aan de status van het bedrijf. Wat voor ondernemers tevens voordelen biedt, is de infrastructuur van de stad. De manier waarop technologische innovaties worden ingezet om voor



menig ondernemer toegevoegde waarde te creëren. De komst van social media en de manier waarop de virtuele en fysieke wereld optimaal worden benut is in de tijd van vandaag ontzettend belangrijk. Heerlen Live, een initiatief van Draadloos Heerlen in samenwerking met de Gemeente Heerlen, proberen door middel van hun diensten een brug te slaan tussen de informatiemaatschappij en de sociale maatschappij van Heerlen. Zij stimuleert de ontwikkeling van digitale diensten en biedt menig ondernemer de gelegenheid om met hun ondernemerschap deel uit te maken van een interactief en geïntegreerd onderdeel van de stedelijke, Heerlense samenleving. Door Heerlen als eerste stad van Wifi te voorzien en met hun volgende initiatief om middels beeldschermen verspreid in het centrum informatie te communiceren zijn zij innovatief en vooruitstrevend. Zij biedt Heerlen perspectieven; het vergroot de aantrekkingskracht van het centrum, het geeft invulling aan initiatieven, het bevordert de kwaliteit van de openbare ruimte, het verbetert het imago en vestigingsklimaat en het biedt de creatieve industrie meer mogelijkheden.

Door onder andere deze initiatieven wil men het centrum van Heerlen bruisender maken voor bewoner, bezoeker en ondernemer. Kortom: Heerlen creëert ruimte voor ontwikkeling en creativiteit. Erol en Michael willen op hun eigenzinnige, creatieve manier van deze ruimte gebruik maken en bijdragen aan het verlevendigen van de stad Heerlen.

Achterliggende gedachte

Individualisme neemt steeds meer toe in de samenleving en het collectief belang wordt steeds minder belangrijk waardoor sociale contacten verwaarloosd worden. Dit is ook te herkennen in Heerlen. De actieve cultuurparticipatie in Heerlen ligt laag, onder het landelijk niveau. Sommige wijken zijn zeer cultuurarm en kunnen geen beroep doen op basisvoorzieningen in de wijk. Actieve cultuurparticipatie leidt tot communicatieve en sociale vaardigheden van deelnemers aan burgerschap, sociale cohesie en leefbaarheid van wijken. Door cultuurparticipatie van zowel ondernemers als individuen wordt tevens de economische positie van Heerlen verbeterd. Meer evenwicht tussen de culturele activiteiten in het centrum en de wijken is een positieve bijdrage aan de identiteit van de stad en zorgt voor verlevendiging. Het culturele leven in de buurten en wijken is van belang. Heerlen is een stad van buurten, elk met een sterk gemeenschapsleven, maar ook met grote diversiteit. De Gemeente Heerlen wil daarom tegelijkertijd inzetten op amateurkunst, cultuureducatie en kunst en cultuur in de wijken. Dit mes snijdt aan twee kanten, enerzijds bevordert het de actieve cultuurparticipatie van de burger, anderzijds levert het een bijdrage aan de sociale cohesie in de wijken en de stad en verhoogt het de trots van de inwoner op zijn stad.

Daarnaast zorgt tevens de opkomst van social media voor mindere fysieke contacten maar maakt dit wel mogelijk om sneller, effectiever en exclusiever met elkaar te communiceren. Door de snelle internetverbindingen op onder andere smart phones kan men informatie waar en wanneer men maar wil uitwisselen. Op deze manier heeft men een effectiever en efficiënter bereik van het publiek. En door deze ontwikkelingen juist toe te passen in een stad als Heerlen is het innovatief en zorgt dit voor een grotere samenhang in de maatschappij. Het biedt kansen voor ondernemers en bezoekers om op een laagdrempelige, simpele wijze essentiële informatie voor cultuurvorming uit te wisselen. En het is vernieuwend, een voorbeeld voor menig andere stad om op deze unieke wijze de leefbaarheid in de stad te beleven.

Cultuureducatie		Volkskunst	
Diversiteit	Aanbod voor alle disciplines	Diversiteit	De diversiteit komt vooral naar voren in de wijken van Heerlen, projecten sluiten hierbij aan
Vernieuwing	Activiteiten die aansluiten bij de vraag i.t.t. het traditionele aanbod van instituten	Vernieuwing	Aangezien community art in Heerlen nog in zijn kinderschoenen staat is het inzetten van community art in wijken op zich al een vernieuwende stap
Verankering	De in de afgelopen actieprogrammaperiode behaalde resultaten worden structureel onderdeel van beleid (ook financieel)	Verankering	In de loop van de periode 2009-2012 zal de Gemeente Heerlen bekijken hoe we de resultaten van deze projecten structureel verankeren
Amateurkunst		Mix	
Diversiteit	Meer soorten amateurkunst, ook buiten de traditionele verenigingsvorm (urban)	Diversiteit	Uitgaande van de geschiedenis canon, worden de aspecten van de regionale geschiedenis meegenomen in het aanbod. Er is aandacht voor diversiteit, de eigen regio is uitgangspunt
Vernieuwing	Amateurkunst die aansluit bij de geïndividualiseerde, moderne samenleving (urban, korte workshops, events)	Verankering	Aangezien dit nu nog een onontgonnen terrein is, ligt de vernieuwing in het tot stand komen van aanbod sec.
Verankering	Amateurkunst die aansluit bij de geïndividualiseerde, moderne samenleving (urban, korte workshops, events)	Vernieuwing	De verankering zit vooral in de beoogde structurele opname van het erfgoed van deze regio in het aanbod aan het onderwijs

De maatschappelijke effecten van cultuurparticipatie in andere steden

De meest herkenbare maatschappelijke doelen die mede door actieve cultuurparticipatie en cultuurparticipatiebeleid gediend worden zijn, cultureel burgerschap, sociale cohesie en leefbaarheid van wijken.

In de programma's van gemeenten en provincies zijn verschillende accenten te onderscheiden:

Gemeente Eindhoven: het versterken van het imago en de identiteit van de stad.

Talenten leveren onmiskenbaar een bijdrage aan het kennisniveau, het innovatieve vermogen en daarmee het imago van de stad Eindhoven Talenten bepalen dus mede het 'merk Eindhoven'.

Het programma cultuurparticipatie levert uiteindelijk dus een bijdrage aan de (kennis)economie van de stad.

Amsterdam: de sociale ambities en effecten van het gemeentelijk cultuurparticipatiebeleid. Via kunst en cultuur wordt geïnvesteerd in leefbaarheid en relaties tussen mensen 'in de buurt, in de stad, tussen mensen van dezelfde en van verschillende gezindte'. Amsterdam zet hiermee in 'op het vergroten van de leefbaarheid van de wijken, resulterend in een prachstad'.

Voor Maastricht heeft kunst en cultuur ten slotte een rol bij het versterken van de aantrekkelijkheid van de stad op economisch en toeristisch gebied. Maar ze koppelt cultuur ook aan het ontwikkelen van burgerschap, aangezien 'cultuur een belangrijke rol (speelt) in het aanreiken van competenties zoals interpretatievermogen, kritisch vermogen, zeggingskracht, creativiteit en lef'. Hier gaat het om individuele competenties die de samenleving ten goede komen.



De Ideeënwinkel

Stichting HDNA

De stichting dient als broeinest voor iedereen met Heerlens DNA. Het betreft een herkenbare plek, een oriëntatiepunt, waar middels leuke, positieve en laagdrempelige activiteiten en media als een belangrijke bron een inspirerende impuls wordt gegeven aan de dynamiek van Heerlen. De essentie van de stichting is om voor ondernemers en bezoekers van Heerlen centrum een plek te creëren waar zij onder meer terecht kunnen om creatiever en innovatiever met hun winkelbedrijf om te gaan en om ideeën die de leefbaarheid van Heerlen vergroten te bespreken en uit te voeren.

De Ideeënwinkel geeft de bewoner, de ondernemer en de bezoeker een platform om creatieve invullingen te geven aan zelf aangedragen uitdagingen. De Stichting faciliteert hierin door een verbinding te slaan en ideeën te initiëren, te begeleiden of uit te voeren. Op deze manier worden kansen voor Heerlen benut en wordt Heerlen op een positieve manier in de etalage gezet zodat duidelijk wordt wat deze prachtige stad te bieden heeft. Door dit te tonen middels verschillende vormen van media in het centrum worden de initiatieven beleefd door de bezoekers van het centrum en daagt dit uit tot meer.

Missie

'Met de oprichting van Stichting HDNA willen wij betrokkenheid creëren bij de stad Heerlen voor iedereen met een Heerlense affiniteit. Wij willen dat zij trots zijn op hun stad en dat zij middels creatieve activiteiten andere mensen inspireren om zodanig een beter imago te creëren voor Heerlen en de stad te laten leven. Heerlen heeft al heel veel mooie initiatieven die wij graag aan iedereen willen tonen. Tevens de samenwerking tussen traditionele ondernemers, creatieve ondernemers, inwoners en studenten dient te zorgen voor kennisdeling, netwerkontwikkeling en out-of-the-box denken en zorgt voor synergie. Wij willen op deze manier een bijdrage leveren aan de economische positie van Heerlen, de vitaliteit, leefbaarheid en cultuur van Heerlen.'

Doelstelling

Het doel is om het centrum van Heerlen te verlevendigen door er meer beleving aan toe te voegen. Enerzijds door het creatiever maken van ondernemers en dan met name winkeliers in het centrum. Anderzijds door beleving en creativiteit in de openbare ruimte te brengen, geïnitieerd en uitgevoerd door bezoeker of ondernemer van Heerlen. Indirect zal hierdoor het economisch klimaat van Heerlen verbeteren en zal het de vitaliteit en leefbaarheid bevorderen. Erol en Michael willen op deze manier inspelen op de initiatieven van de Gemeente Heerlen en naast hun activiteiten gericht op ruimtelijke ordening, ondernemers en bezoekers zelf onderdeel laten uitmaken van de groei van Heerlen. Zij gebruiken hiervoor een pand, midden in de stad Heerlen, waar passerend publiek in aanmerking komt met de Stichting en hun laagdrempelige activiteiten middels een herkenbare, opvallende etalage.

In deze studio worden onder meer opnames gemaakt van en over creatieve mensen met Heerlens DNA; een portret van iemand en/of een bepaalde activiteit dat laat zien hoe kleurrijk en leefbaar Heerlen is. Deze opnames zullen onder andere via beeldschermen verspreid in het centrum binnen één uur na opname worden uitgezonden om een unieke beleving aan het centrum toe te voegen. Het juiste format zal ook via internetkanaal en regionale tv uitgezonden worden. Zodanig om te inspireren en een positief gevoel te creëren onder de Heerlense bevolking; anderzijds om de fysieke



en virtuele wereld samen te brengen. Daarnaast dient de studio als ontmoetingsplek voor ondernemers en bezoekers die creatieve en innovatieve ideeën wil bespreken, bedenken en uitvoeren. De stichting is zes dagen per week fysiek bereikbaar.

Meetbare activiteiten die de doelstelling ondersteunen	
Aantal events (naar activiteit) per jaar	
Actieve deelname bewoners (aantal, kwaliteit en binding)	
Passieve deelname bewoners (wie weet ervan en heeft interesse)	
Passief bereik inwoners (weet ervan, vindt het leuk maar komt zelf niet)	
Aantal evenementen per jaar per wijk	
Aantal actieve wijken	
Aantal kunstenaars en artiesten dat deelneemt	
Doorstroom van passief inwonerschap naar actief amateurkunstenaarschap	
Doorstroom van amateurschap naar professionele opleiding	
Doorstroom naar professioneel creatief kunstenaar	
Extra werkgelegenheid door Stichting HDNA:	Vrijwilligers
	Parttime
	Fulltime
	Scholieren
	Studenten
	Stagiaires

Het doel wordt gemeten aan de hand van een aantal factoren. Het aantal creatieve activiteiten dat toe neemt middels de stichting als podium leidt tot het vergroten van de betrokkenheid, leefbaarheid en vitaliteit van Heerlen. Er dient een duidelijke meting plaats te vinden van het aantal activiteiten aan het begin van de stichting en de toename hier in naar tijd.

Kijkend naar het imago van de stad is het de bedoeling een student na verloop van tijd het imago te laten onderzoeken en een trend hierin vast te leggen. Belangrijk hierbij is om de activiteiten van de stichting te betrekken en als leidraad te gebruiken om ook daadwerkelijk de bijdrage van de stichting in de verbetering van het imago te meten. Samenwerking met studenten van het Arcus College en Hogeschool Zuyd is daarom van cruciaal belang.

De doelstelling dient onder meer uit te nodigen tot actie en energie los te maken bij de betrokkenen. Dit zorgt voor draagvlak en resulteert in goed ondernemerschap. Erol en Michael zijn initiatiefnemers en dit betekent dat zij een actieve rol spelen in het bereiken van de doelstelling. Gezien hun status, succes en netwerk zullen zij een voorbeeldfunctie vervullen voor menig Heerleenaar met een creatieve open mind. Daarom is het heel belangrijk dat zij in de beginfase van de Stichting zelf de eerder genoemde meetbare acties uitvoeren. Voorbeeld doet volgen en zorgt dus voor actie en energie bij iedereen die actief creatieve ideeën uitvoerbaar wil maken.

Het doel is haalbaar vanwege een aantal redenen. De initiatiefnemers hebben voldoende kennis om de stichting bestaansrecht te geven vanwege hun ruime ervaring in ondernemerschap. Hun status en bekendheid spelen een belangrijke rol in de beginfase waar zij als voorbeeld dienen voor menig volgeling. Zij hebben onder meer vanwege hun netwerk toegang tot media zoals Internet en TV en kunnen op die manier de zichtbaarheid vergroten, waardoor mensen bekend raken met de Stichting en zodanig geïnspireerd raken om eigen talent te tonen.



Zodra de financiële middelen aanwezig zijn wil men starten met de voorbereiding van de stichting zoals het regelen van facilitaire zaken; het pand zal opgeknapt en ingericht moeten worden naar de identiteit van Stichting HDNA. Naast facilitaire zaken zal tevens promotie gemaakt worden middels verschillende kanalen om bekendheid van het aankomend product te genereren.

Men beoogt het doel te bereiken binnen drie jaar aangezien het tijd kost om bekendheid onder het publiek te genereren en vooral betrokkenheid te creëren.

De doelgroep

De doelgroep bestaat uit ondernemers in het centrum en bezoekers van het centrum.

Inwoners van Heerlen die zich verbonden voelen met de stad en dit op een positieve manier willen uitdragen. Studenten van de stad Heerlen maken ook deel uit van de doelgroep en kunnen op een creatieve manier bijdragen aan een positieve impuls van de stad. Studenten van de Hogeschool, het Arcus College en Cita Verda zullen onder begeleiding een permanente actieve rol krijgen in het realiseren van de doelstelling. Daarnaast bestaat de doelgroep uit creatievelingen die op enigerwijze een verbondenheid voelen met Heerlen en op een eigen manier iets wil en kan bijdragen aan de stad Heerlen.

De toegevoegde waarde van de Stichting uit zich in de doelgroep. Zij zijn de gebruikers die ideeën initiëren en onder begeleiding en met de inspiratie van de Ideeënwinkel deze ook uitvoeren. Dit zorgt voor draagvlak, betrokkenheid en stimuleert het creatief vermogen van de stad.



De Ideeënwinkel gevuld

De activiteiten

Stichting HDNA realiseert met haar activiteiten een bijdrage aan de economische positie en leefbaarheid van Heerlen. Om deze activiteiten te realiseren is participatie van de klant ontzettend belangrijk. Dit heeft te maken met interactieve consumptie; betrokkenheid van de klant bij de totstandkoming van de activiteit en het zicht dat de klant heeft op deze totstandkoming en het daar bijhorende proces. Een activiteit is namelijk ontastbaar; de klant ziet op voorhand geen tastbaar resultaat maar om de klant bewust te laten worden van het resultaat in wording, is het zeer belangrijk dat de klant wordt meegenomen in dit proces. Dit zorgt tevens voor synergie: enerzijds worden activiteiten vóór de doelgroep georganiseerd; anderzijds is het juist de doelgroep die uitvoerder is van de activiteit en die dit toont aan het publiek.

De diensten die Stichting HDNA biedt uit zich in:

- Advisering: mede door het laagdrempelige karakter van de stichting en de geruime openingstijden kan iedereen bij Stichting HDNA binnen stappen voor advies over een bepaalde creatieve activiteit of bepaald idee/ concept gerelateerd aan ontwikkelingen in Heerlen.
- Workshops: afhankelijk van de aard van het initiatief worden workshops georganiseerd gerelateerd aan een bepaald thema waar iedereen die hierin geïnteresseerd is aan mag deelnemen. Erol en Michael zullen zelf in het kader van hun eigen ondernemerschap starten met deze workshops om zodanig een voorbeeldrol te vervullen en andere initiatieven door het publiek aan te moedigen.
- Lezingen: het pand wordt tevens gebruikt om lezingen te houden om zodanig bepaalde creatieve onderwerpen gerelateerd aan de gemeente Heerlen nader te belichten en aan te zetten tot het ontstaan van ideeën en het nemen van initiatieven.
- Exposities: ook het visuele aspect krijgt aandacht. Creatieve kunstenaars die graag iets willen uiteten kunnen aan de hand van een expositie gebruik maken van het pand van Stichting HDNA.
- Evenementen: minimaal één keer per jaar organiseert Stichting HDNA een evenement die in het teken staat van de creatieve industrie die voor iedereen toegankelijk is. Hierbij wordt gedacht aan muzikale evenementen, artistieke evenementen, gastronomisch evenementen, sport evenementen.
- ThemawEEK: iedere week wordt door Stichting HDNA voorzien van een thema waarbij de doelgroep wordt aangezet tot nadenken en inspraak hebben op bepaalde ontwikkelingen in de gemeente Heerlen. Op deze manier wordt kennis gedeeld en ontstaan nieuwe initiatieven die voor de gemeente Heerlen kunnen bijdragen aan het bevorderen van de economische positie, leefbaarheid en vitaliteit van de stad.



- **Speaker Corner:** op strategische plaatsen in Heerlen worden Speaker Corners georganiseerd. Een open-air laagdrempelig, event waar gesproken, gedebatteerd, gediscussieerd of uitspattingen op eniger creatieve wijze geuit kunnen worden.
- **In the picture:** elke week wordt een persoon die woont, werkt, studeert of op enigerwijze verbonden is aan Heerlen middels een filmopname aan het licht gebracht. Op deze manier wil men laten zien hoe kleurrijk en leefbaar Heerlen is en toont men de trots op deze stad.

Deze activiteiten worden kracht bij gezet door hier opnames van te maken en te verspreiden op Parkstad TV en/of Internet en op de beeldschermen in het centrum om zodanig het publiek te informeren en ideeën te ontwikkelen en aan te zetten deze ideeën tot uiting te brengen. Op deze manier wordt de leefbaarheid in de stad bevordert en beleeft het publiek de ontwikkelingen die zich voor doen in Heerlen. Wederom geldt hierbij, voorbeeld doet volgen waarbij de laagdrempeligheid van de activiteiten iedereen de gelegenheid geeft om zijn of haar talent te uiten. Creativiteit leeft! Online en offline!

Plaats

De plaats is een herkenbaar pand midden in het centrum waar passerend publiek in aanmerking komt met de Stichting en haar activiteiten. Ze is goed zichtbaar, heel open en zo transparant mogelijk en creëert een ruimte waar de creatieve online en offline wereld samen komen. Dit pand dient als podium, etalage waar de doelgroep gebruik van mag maken om creatieve activiteiten te uiten. In dit pand worden de opnames gemaakt van en over creatieve Heerlenaren en geldt tevens als ontmoetingsplek waar de eerder genoemde activiteiten tot uiting worden gebracht. Belangrijk hierbij is dat dit pand een laagdrempelige uitstraling heeft: iedereen is welkom! Het pand voorziet in de voorste ruimte als een winkel/ galerie waar menig bezoeker een bezoek kan brengen aan de Stichting. Aan de achterkant bevindt zich een studio, gebruikt als productieruimte waar de verschillende activiteiten worden uitgevoerd en opgenomen.

Promotie

Zoals al eerder aangegeven spelen Internet en TV een belangrijke rol in de realisatie van Stichting HDNA. Een belangrijk medium is daarbij de beeldschermen in het centrum die de meest recente activiteiten tonen die de Stichting uit voert. Door middel van een watermerk Stichting HDNA bij de vertoning op de beeldschermen wordt promotie gemaakt. Stichting HDNA zal over een eigen website beschikken om zodanig informatie te verspreiden over de stichting zelf, evenementen en activiteiten. Ook de opnames die gemaakt worden zullen geplaatst worden op de website. De website zal tevens beschikken over een forum waar openbare discussies van internetbezoekers leiden tot ideeën, meningen en initiatieven. Social media zal ook een belangrijke rol spelen. Mede door de kennis en kunde van Michael zal dit aspect optimaal benut worden en middelen zoals Facebook, Hyves, LinkedIn en Twitter worden meegenomen als promotie, informatie en interactie materiaal. Wekelijks wordt door Parkstad TV het filmpje uitgezonden over iemand met Heerlense affiniteit die op zijn eigen manier wil tonen hoe mooi Heerlen is en wat Heerlen te bieden heeft. Op deze manier wordt ook trots getoond en gedeeld maar vooral ook zichtbaarheid en bekendheid van de stichting gepromoot. Daarnaast zal als promotie ook Erol en Michael in persoon gelden. Zij hebben hun



bekendheid, status en vooral netwerk waar zij zichzelf promoten als katalysator voor deze stichting en de mooie initiatieven die de stichting organiseert en genereert.

Personeel

Om de stichting bestaansrecht te geven is personeel van essentieel belang. Erol en Michael fungeren in deze als bestuurders van de Stichting en zullen ieder acht uur per week, ieder verspreid over drie dagen fysiek aanwezig zijn in het pand.

Daarnaast zijn dagelijks drie personen aanwezig die als productieploeg de stichting bemannen. Zij werken momenteel al voor Erol in het kader van opname werkzaamheden en zullen zich in de stichting richten op film- en monterwerkzaamheden. Tevens worden stagiaires ingezet van het Arcus College en Hogeschool Zuyd om mee te werken in de dagelijkse uitvoering. Te denken valt dan aan, administratieve, marketing en communicatie gerichte en grafische werkzaamheden. Ook vrijwilligers maken onderdeel uit van het personeel. Voor de uitwerking van de ideeën die geïnitieerd worden door menig bezoeker of ondernemer zijn vrijwilligers meer dan gewenst. Op deze manier creëert de Stichting betrokkenheid voor iedereen met Heerlens DNA.

Prijs

De prijs omvat al datgene wat de klant, participant of initiatiefnemer, moet betalen om zaken te doen met Stichting HDNA. Het is mogelijk om op de website van Stichting HDNA een advertentie te plaatsen waarvoor advertentiekosten betaald moeten worden. Initiatiefnemers die graag een filmpje willen laten maken van hun activiteit dienen hier een passend bedrag voor te betalen. Tevens kost het geld om workshops, een lezing of expositie te organiseren en is de initiatiefnemer verplicht om hier een bedrag voor te betalen. Entree voor de activiteiten die Stichting HDNA organiseert of laat organiseren omvat tevens een geldbedrag.

Presentatie

Stichting HDNA heeft de ambitie om de Heerlense creativiteit te vertalen in tastbare presentabele vormen. Deze fysieke presentatie van creativiteit maakt het mogelijk dat burgers, bedrijven en overheid de creativiteit letterlijk tegenkomen op de diverse culturele hotspots, verwacht en onverwacht. Dit zorgt voor leefbaarheid van de stad en zorgt daardoor voor een unieke beleving voor het publiek.

Proces

Stichting HDNA streeft naar een proces waarin mensen samen komen tot een bepaalde vorm van creatie en een gezamenlijke vorm van beleving van de resultaten van deze creaties. De inzet van nieuwe sociale media en de beeldschermen in het centrum spelen hierin een belangrijke faciliterende rol.

Partners

Stichting HDNA zal waar mogelijk partnerships aangaan. Partnerships met inwoners en bezoekers en zodoende te komen tot co-creaties. Partnerships met bedrijven om ook het maatschappelijk belang van cultuur te vertalen in business value voor ondernemers in Heerlen. Partnerships met overheden om waar mogelijk innovatieve trajecten verder te blijven stimuleren. Op deze manier wordt een



bijdrage geleverd aan enerzijds maatschappelijke betrokkenheid, ondernemerschap en werkgelegenheid en versterkt de leefbaarheid en economisch klimaat van Heerlen.

Prestatie

De individuele activiteiten, producten, evenementen en projecten van Stichting HDNA worden gekenmerkt door een goede balans tussen de artistieke inhoudelijke kant en de commerciële zakelijke kant. Het gaat er immers om artistieke talenten te vinden en verder te ontwikkelen maar anderzijds ook om deze artistieke talenten ook zichtbaar en toegankelijk te maken voor het publiek.

Perceptie

Hoe dan ook zullen de diensten van Stichting HDNA als spraakmakend worden ervaren. Spraakmakend in de zin van onverwacht, niet alledaags en apart, uniek en authentiek. Het managen van de perceptie bestaat in dien zin dan ook uit het managen van de verwachtingen van wat ondernemer en bezoekers van Heerlen mogen verwachten en het managen van de kwaliteitsbeleving van het geleverde product en de dienst.

Stichting HDNA draagt bij aan de SWOT van de Gemeente Heerlen

Sterkten	Zwakten
Creativiteit en organisatietalent	Opleidingsniveau is laag
Sterke podiumstructuur	Gemiddelde graad van maatschappelijke participatie is laag
Evenementen Amateurkunst/Cultuureducatie	Amateursverenigingen staan onder druk en heeft problemen met binden van jeugd
Sterk verenigingsleven	Grote kloof tussen levende, bruisende centrum en activiteiten in wijken
Diversiteit van wijken + geschiedenis	Creatieve talenten worden onvoldoende gefaciliteerd
Deelname scholen aan Versterking	Te veel concurrentie tussen culturele aanbieders, in plaats van samenwerking
Cultuurparticipatie in het primair onderwijs	Sterk aanbodgerichte cultuureducatief beleid met traditionele activiteiten
Schoolbesturen actief: manifest Aangenaam!	Te weinig vraagformulering bij de afnemers van cultuureducatieve activiteiten (onderwijs)
Cultureel erfgoed, Romeins verleden, mijnverleden	Onheldere verhoudingen tussen opdrachtgever en opdrachtnemers op gebied van cultuureducatie
De cultuurscout functie is gebleken een lichte, maar effectieve aanjaagstructuur voor cultuureducatie in het onderwijs te zijn.	Beperkt budget voor cultuureducatie
	Geen samenhangend beleid op gebied van erfgoed
	Bevordering van cultuurparticipatie is afhankelijk van incidentele middelen
Kansen	Bedreigingen
Het Rijk stelt extra geld beschikbaar voor cultuureducatie in het primaire onderwijs	De instellingen benaderen educatie te veel als marketing/ promotie in plaats van maatschappelijke opdracht
Ontwikkeling brede scholen	De individualisering van de samenleving waardoor het traditionele aanbod van de amateurkunst wordt bedreigd
Draagvlak voor cultuureducatie bij gevestigde culturele infrastructuur neemt toe	Grote concurrentie op het gebied van vrijetijdsbesteding
Aandacht voor erfgoed neemt toe	Veel talenten komen voort uit de amateurkunst en als we niet investeren in ontwikkeling gaan deze talenten verloren. Creatieve industrie is afhankelijk van deze talenten
Erfgoed wordt opgeschaald door de fusie van musea	Cultuureducatie in Heerlen is onevenwichtig vanwege het ondersneeuwen van een aantal kunstdisciplines.
Individualisering van de samenleving	
Vervaging van de grenzen tussen cultuureducatie en amateurkunst	
Veel talenten komen voort uit de amateurkunst. Hierdoor moeten we inspelen op talentontwikkelingsprogramma's	



Financieel plan

Dit financieel plan geeft een schatting van de inkomsten en uitgaven die gemaakt zullen worden in het eerste jaar.

Jaarlijkse inkomsten		
Advies		€ 16.800,00
Workshop		€ 21.000,00
Evenement		€ 15.000,00
Websiteadvertentie		€ 12.000,00
Totaal		€ 64.800,00

Jaarlijkse uitgaven		
Personeelskosten	2 Bestuursleden, 1 kunstenaar, 3 medewerkers	€ 103.680,00
Huisvesting	Huur pand	€ 18.000,00
Faciliteiten	Verzekeringen, elektra, parkeerkosten	€ 19.200,00
Marketing & Verkoop	Filmopname	€ 48.000,00
Algemene kosten	Boekhouder, kantoor	€ 9.000,00
Totaal		€ 197.880,00

Eenmalige uitgaven		
Activering website		€ 12.500,00
Inrichting studio		€ 45.000,00
Stichtingskosten		€ 1.500,00
Verhuiskosten		€ 3.000,00
Inrichtingskosten		€ 15.000,00
Onvoorzien		€ 5.000,00
Totaal		€ 82.000,00

