



Platform C

kom verder >

**ondernemingsplan
2019 - 2021**

platform-c.nu

Inhoud

1.	Aanleiding, doel en samenvatting van het Ondernemingsplan	3
1.1	Aanleiding en doel	
1.2	Samenvatting	
2.	Platform C: missie en visie	5
3.	Strategie	7
3.1	Uitgangspunten en huidige situatie	
3.2	Trends en ontwikkelingen	
3.3	Externe en interne analyse	
3.4	Prioriteiten en strategie voor het merk Platform C	
3.5	Aanpak: deelplannen, organisatie en monitoring	
4.	De 'Schijf van 5': wat gaan we doen?	15
4.1	Producten & diensten	
4.2	Marketing & innovatie	
4.3	Personeel & organisatie	
4.4	Financiën & control	
4.5	Huisvesting & faciliteiten	
5.	Overzicht van doelstellingen en activiteiten per unit	20
5.1	Doelstellingen en activiteiten 2019-2020-2021 met toelichting investeringen	
5.2	Verkorte meerjarenbegroting 2019-2020-2021	
Bijlagen:		
	Samenwerkingspartners	24
	Gegevens t.b.v. ANBI	25

1. Aanleiding, doel en samenvatting van het Ondernemingsplan

1.1 Aanleiding voor dit Ondernemingsplan

Platform C is ontstaan op 1 december 2017 uit een fusie van Kunstuitleen Amstelveen, Volksuniversiteit Amstelland en Muziek- en Dansschool Amstelveen. Als gevolg van een aantal externe en interne ontwikkelingen en factoren hebben deze drie stichtingen samenwerking onderzocht vanaf 2015 en uiteindelijk gekozen voor een fusie.

Deze ontwikkelingen en factoren waren:

- de teruglopende omzetten en marges bij de fusiepartners,
- de toenemende kosten van instandhouding,
- een structurele bezuiniging vanuit de gemeente Amstelveen vanaf 2017,
- de eigen wens én de wens van de gemeente Amstelveen om (beter) samen te werken,
- (gezamenlijk) de toenemende concurrentie het hoofd bieden,
- het belang hierbij van structureel investeren in marketing en innovatie,
- het uitbuiten van de gezamenlijke huisvesting aan Stadsplein 99 vanaf mei 2016 (inhuizing Kunstuitleen Amstelveen).

Met name Kunstuitleen Amstelveen en Volksuniversiteit Amstelland waren kwetsbaar door hun kleine omvang en de invloed van de doorgaande bezuinigingen. De groeiende druk op de kleine staforganisaties was zorgwekkend.

Daarnaast vragen de steeds nieuwe ontwikkelingen in de kunsten, het onderwijs, de vrijetijdsmarkt en het culturele, educatieve en ook politieke veld, zowel lokaal, regionaal als landelijk, om een heldere en vernieuwde propositie. Kruisbestuiving, uitwisseling en ontdebelling zijn daarin belangrijke gemeenschappelijke thema's. Maar tegelijkertijd ook het behoud en de versterking van de erkende kwaliteiten van de afzonderlijke voormalige stichtingen.

Ten slotte woonden de instellingen sinds mei 2016 samen aan Stadsplein 99 te Amstelveen. Door een fusie zagen de instellingen kans de bestuurs- en managementstructuur te vereenvoudigen, om zo een duidelijk gezicht als hét centrum voor culturele ontwikkeling te laten zien. Bovendien, door samen op te trekken kunnen zij een sterkere positie innemen aan het Stadsplein. Dat is van belang gezien de ingrijpende infrastructurele ontwikkelingen in het Stadshart de komende jaren.

Doel van het Ondernemingsplan

Nu de fusie een feit is, hebben medewerkers, bestuur en toezichthouders in samenspraak de ambities omgezet in een missie, visie en strategie voor de periode 2019-2021. Hiermee willen zij richting geven aan de gezamenlijke toekomst. Ook biedt het plan externe belanghebbenden, zoals deelnemers, subsidiënten en partners, inzicht in de veelzijdigheid, mogelijkheden en ambities van Platform C.

Ten slotte leggen we ons met dit plan vast op een aantal concrete doelstellingen en bijbehorende activiteiten. En kunnen we aan de hand van dit plan sturen op de realisatie!

1.2 Samenvatting: de ambities van Platform C

In het fusie-onderzoek vonden de instellingen een gezamenlijk inhoudelijk verhaal. Dat verhaal gaat over het positieve effect van culturele en educatieve activiteiten op de ontwikkeling van mensen, jong en oud, arm en rijk, van ver en van hier. Als individu, in de (cursus)groep én in de samenleving.

Dit is vertaald in een propositie die intern schotten doorbreekt en extern breed uitnodigt. Daarmee bedoelen we dat we dat we de 'oude' inhoudelijke en organisatorische grenzen tussen de podiumkunsten en beeldende kunsten, tussen taaleducatie en cultuureducatie, tussen cultuur beleven en er zelf actief mee bezig zijn, opheffen. We gaan de doelgroepen en activiteiten van de voormalige stichtingen met elkaar in contact brengen. Zo ontstaan nieuwe mogelijkheden. Tevens gaan we op zoek naar nieuwe doelgroepen; we verwachten die als gezamenlijke brede stichting vanuit een totale visie op cultuur, leren en ontwikkelen beter te kunnen vinden en boeien.

Op deze manier levert Platform C een onderscheidende én onmisbare bijdrage aan het versterken van de betekenis van cultuur, creativiteit en communicatie voor de mensen, de stad Amstelveen en de regio Amstelland. Deze propositie is samen te vatten in twee woorden en een (lees)teken:

kom verder >

Zie hoofdstuk 2 voor de verdere uitwerking van deze ambitie en dit verhaal in missie en visie.

De tweede belangrijke ambitie is het centraal stellen van de mens, als deelnemer/cursist, in de strategie. Daarmee wil Platform C bewerkstelligen dat deze klant beter bediend wordt, dat we meer interactie aangaan en onze klanten een grotere rol geven in de toekomstige programmering. Zie hoofdstuk 3 voor de uitwerking hiervan in de strategie.

Ten derde, maar niet ten laatste, wil Platform C een toekomstbestendige organisatie zijn en blijven. Hierbij hoort aandacht voor het structureel ontwikkelen van nieuwe producten en diensten, op basis van kennis over en inbreng van klanten. Ook gaat het om ruimte voor de inbreng en ontwikkeling van medewerkers, een gedegen financieel beleid en een gastvrij huis met goede faciliteiten. Op deze gebieden is beleid geformuleerd met acties voor de periode 2019-2021. De uitwerking hiervan is te lezen in hoofdstuk 4.

Het plan wordt afgesloten met een overzicht van de geplande projecten en activiteiten en een verkorte meerjarenbegroting in hoofdstuk 5.

Een bijlage geeft inzicht in wat onze doelen zijn met onze strategische partners de komende jaren.

Graag wil ik op deze plaats iedereen die aan dit plan heeft bijgedragen van harte bedanken.

Amstelveen, oktober 2018

Marcel Jansen
directeur-bestuurder Platform C

2. Platform C: missie en visie

“Creativiteit is dingen maken, uit het niets.” – Nina Polak, schrijfster

Missie

Op 1 december 2017 hebben Kunstuitleen Amstelveen, Volksuniversiteit Amstelland en Muziek- en Dansschool Amstelveen, na een intensief samenwerkingstraject, het formele besluit genomen te fuseren tot Platform C. In het traject is onderzocht wat het gemeenschappelijke verhaal en aanbod van de drie stichtingen aan Amstelveen en Amstelland zou kunnen zijn.

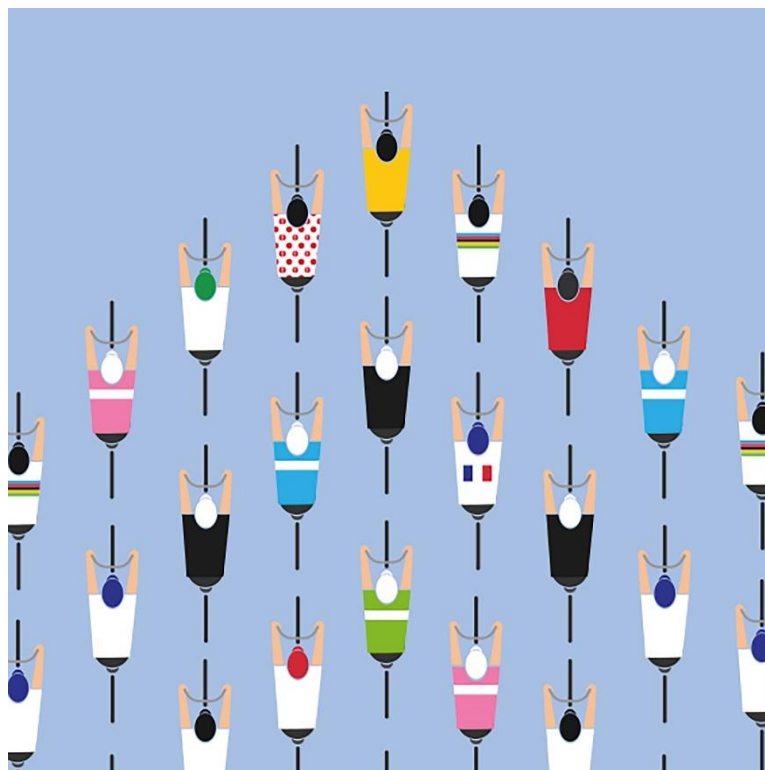
Dit is vertaald in de volgende missie:

Platform C is cultuur, creativiteit en communicatie onder één dak in Amstelveen.

Platform C wil alle mensen in de stad Amstelveen en de regio Amstelland in staat stellen zich optimaal op het brede vlak van kunst, kennis en cultuur te ontwikkelen. Ongeacht herkomst, achtergrond, levensfase en andere omstandigheden. Want in de 21^{ste} eeuw zijn communicatieve, creatieve en culturele vaardigheden doorslaggevend voor succes en geluk. Dit voor iedereen bereikbaar maken is onze missie.

Platform C vergroot de toegankelijkheid van kunst, kennis en cultuur en opent de deur naar de kracht van verbeelding en creativiteit. Gericht op individuele verrijking én op vergroting van het vermogen mee te doen aan de samenleving.

Platform C is de plek waar je samen werkt aan een compleet en kleurrijk leven!



Samen aan het Stadsplein

Platform C is ontstaan uit drie organisaties met een vooraanstaande plaats in het culturele leven in Amstelveen én daarbuiten: Kunstuitleen Amstelveen (ruim 30 jaar actief), Volksuniversiteit Amstelland (bijna 45 jaar) en Muziek- en Dansschool Amstelveen (ruim 65 jaar). Zij wonen samen aan het Stadsplein. Hoewel opgericht voor afzonderlijke culturele en educatieve gebieden, delen zij van oudsher de droom en ambitie om alle 'Amstellanders' toegang tot, en een platform te bieden voor persoonlijke ontwikkeling en culturele verrijking, in de meeste gevallen door educatieve ontmoetingen, zoals lessen, cursussen, workshops, lezingen, voorstellingen, concerten, exposities enz.. Platform C aan Stadsplein 99 betekent een open, laagdrempelige plaats, waar je op heldere wijze samen met anderen, met deskundige docenten als gidsen/begeleiders, werkt aan het uitbouwen van jouw mogelijkheden op het gebied van cultuur, creativiteit en communicatie.

Platform C is de organisatie waar ruim 150 gedreven 'gidsen' en 'begeleiders' hier elke dag aan werken. Dat zijn zo'n 120 docenten en 30 ondersteunende en servicemedewerkers. Zij verwelkomen iedereen in de stad Amstelveen en de regio Amstelland. Zij inspireren deelnemers uit alle geledingen van de samenleving tot samen leren en spelen. Zij nodigen uit om te presenteren en ontwikkeling en talent met elkaar en met een breed publiek te delen. Door ons deskundig én gastvrij op te stellen, onze activiteiten helder te etaleren en soepel te laten verlopen, gidsen wij mensen naar een leven vol durf, plezier, schoonheid en verbondenheid.

Passie aanboren en talent ontwikkelen: opbouwen van cultureel vermogen

Vanuit het besef dat mensen hun leven lang leren en dat creatieve en communicatieve vaardigheden steeds belangrijker zijn in de 21^{ste} eeuw, ontwikkelen wij een breed scala aan professionele producten en diensten. Wij doen op een openbare, uitnodigende plek waar dit beleefd en beoefend kan worden, een 'third place': naast huis en werk of school, de derde belangrijke plek in het leven van mensen.

Platform C wil zo bijdragen aan een wereld waarin mensen hun eigen plek verwerven, en zelf kunnen werken aan succes en geluk door het kiezen van culturele activiteiten en kunstzinnige uitingen. De drie basisbehoeften van mensen, namelijk de behoefte aan autonomie (wie ben ik), de behoefte aan competentie (wat kan ik), de behoefte aan verbondenheid (wat betekenen ik, voor wie ben ik er) ontwikkel je bij uitstek door culturele/educatieve activiteiten in een veilige, pedagogische setting. Het aandacht besteden aan je passies en stoeien met je talenten is daarvoor nodig, juist in de wereld van vandaag.

Onze specialiteit is het vruchtbaar maken én houden van de 'culturele humuslaag' van de gemeenschap: soms misschien slecht zichtbaar voor het grote, algemene publiek, maar voor de directe deelnemers een voedingsbodem van grote, vaak zelfs levensveranderende effecten. Dat is wat het leren van een nieuwe taal, het kunstzinnig inrichten van je nieuwe huis of het leren bespelen van een instrument is: het vergroten van je cultureel vermogen! Daarmee is wat Platform C biedt en doet onmisbaar voor een gezonde samenleving.

Ook waar het niet vanzelfsprekend is

Bijzondere aandacht is er voor doelgroepen waarbij kennismaking met nieuwe werelden van cultuur, creativiteit en communicatie niet vanzelfsprekend is. Het stimuleren van zelfredzaamheid en participatie, en het verkleinen van achterstanden is nog altijd actueel. Hier ligt voor ons een belangrijke taak. Natuurlijk is daarbij het zo laag mogelijk houden van de financiële drempels een belangrijk uitgangspunt. Ook logistieke en inhoudelijke drempels verlagen is nodig, dus goed aansluiten bij mogelijke behoeften én eventuele fricties die (potentiële) deelnemers ervaren.

Visie

In 2021 is Platform C een efficiënt geëxploiteerde pleisterplaats en vooruitstrevend baken van Amstelveen voor een toenemend aantal deelnemers van alle rangen en standen uit de stad en de regio, die de meerwaarde van cultuur, creativiteit en communicatie in hun persoonlijk leven omarmen en als onmisbaar ervaren voor groei en ontwikkeling, succes en geluk. Platform C is daarbij voor stad en regio de vanzelfsprekende samenwerkingspartner voor collega-organisaties en -initiatieven.

Dit uit zich in:

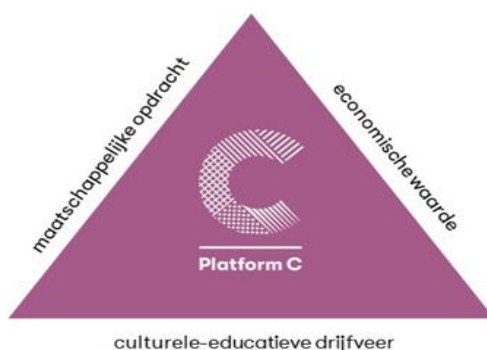
- een partnernetwerk van ruim 15 structurele samenwerkingspartners (publiek en privaat)
- ruim 800 leners van kunst, 5000 bezoekers aan de galerie, een groei naar € 100.000 jaarlijks aan kunst- en designverkoop
- ruim 5000 leerlingen en cursisten aan de cursorische activiteiten op de gebieden muziek, dans, theater, beeldende kunst, schrijven, persoonlijke ontwikkeling, kunst & cultuur, en de talen (inclusief NT2)
- 30.000 bezoekers van lezingen, colleges, concerten, workshops, masterclasses, exposities en andere evenementen
- daarmee realiseren we een totaal aantal bezoeken van 150.000 (een groei van 20%)
- een succesvol uitgevoerde merk- en organisatietransitie, te meten in naamsbekendheid en merktrouw
- en vanuit Platform C | Onderwijs & Cultuurparticipatie een begin is gemaakt met groei van activiteiten in het sociale domein.

3. Strategie

3.1 Uitgangspunten en huidige situatie

Drijfveer

De cultureel-educatieve drijfveer is de reden van ons bestaan, de basis, maar kan niet los gezien worden van de maatschappelijke opdracht en de economische waarde. Wij zoeken daarin een balans. Onderstaande driehoek brengt dat tot uiting:



Verzorgingsgebied en positionering

Platform C heeft een verzorgingsgebied van meer dan 165.000 mensen: de gemeenten Amstelveen, Aalsmeer, Uithoorn en Ouder-Amstel. Deelnemers komen nu al voor een belangrijk deel van verder, vanuit de regio Groot-Amsterdam, soms van nog veel verder weg.

De meest recente Atlas voor gemeenten (2018, thema Cultuur) positioneert Amstelveen op plaats 3 van de woonaantrekkelijkheidsindex, na Amsterdam en Utrecht. Op de cultuurindex staat Amstelveen op plaats 28, de middenmoot. Door middel van de vernieuwing en versterking van ons aanbod, willen we bijdragen aan de doelstelling van het gemeentebestuur een hogere plaats op de cultuurindex te bereiken.

Aantallen deelnemers en bezoekers

Er zijn nu zo'n 5.500 betalende klanten per (cursus)jaar. Dat zijn (ouders van) leerlingen, cursisten en leners. Deze dragen voor 70% bij in de exploitatie. Met andere woorden: elke euro die overheden in Platform C steken, wordt ten minste verdriedubbeld. Samen met de bezoekers aan de exposities, voorstellingen en concerten realiseren we ruim 120.000 bezoeken per jaar.

Gemeentelijk beleid en ondersteuning

In 2016 zijn twee belangrijke plannen vastgesteld waar dit Ondernemingsplan van Platform C op voortbouwt:

- het plan 'Unexpected & connected', samenwerkingsplan van de culturele instellingen in Amstelveen, en
- de Cultuuragenda 2016-2020 van de gemeente Amstelveen.

Daarnaast zijn in mei 2018 de coalitieakkoorden voor de periode 2018-2022 gesloten die in dit plan meegenomen worden.

De vorming van Platform C is mede een antwoord op het samenwerkingsplan en de cultuuragenda: door de fusie ontstaat een krachtige en veelzijdige speler in het culturele veld die samenwerkingen en nieuwe initiatieven op het gebied van o.a. educatie en innovatie beter kan oppakken omdat minder energie gaat zitten in het overleven.

De Cultuuragenda 2016-2020 kent een twaalfstal inhoudelijke speerpunten die Platform C voor zover van toepassing heeft verwerkt in de offerte en budgetafspraken met de gemeente Amstelveen.

Beleidsprioriteiten op het gebied van bevorderen van cultuureducatie, versterken van samenwerking in projecten, netwerkvorming voor amateurkunst, aandacht voor erfgoed en beeldende kunst in de openbare ruimte en verlevendiging van het Stadshart komen in onze activiteiten terug.

Platform C wordt vanuit het cultuurbudget van de gemeente Amstelveen ondersteund. Sinds 2017 is een vernieuwde vorm van toerekenen van budgetonderdelen met de gemeente overeengekomen. Deze geeft inzicht in welk deel van het budget bedoeld is voor Platform C als voorziening voor de stad (huisvesting, vaste lasten en bemensing - budgetdeel A) en welk deel van de activiteiten (deels) wordt gesubsidieerd (budgetdeel B). Daarnaast kent het beleid een 'budget'deel C, het 'vrije deel' dat met gebruikmaking van de investering in de voorziening (A) kan worden geëxploiteerd zonder subsidie.

De huidige subsidie wordt voor het overgrote deel ingezet voor investering in Platform C als voorziening (A). Het muziek- en dansonderwijs aan leerlingen tot 21 jaar wordt gedeeltelijk gesubsidieerd, met name wat de ontmoetings- en samenspelfunctie betreft (groepslessen, ensembles, bands, orkesten, concerten en andere optredens, B).

De musical- en theateractiviteiten worden niet gesubsidieerd. De kunstuitlen en de cursussen voor volwassenen worden ook niet gesubsidieerd. Ook de uitvoeringskosten van de activiteiten vanuit Platform C | Onderwijs & Cultuurparticipatie ontvangen geen subsidie. Voor deze activiteiten draagt Platform C geheel zelfstandig het risico.

In het Ondernemingsplan is een mix van (nieuwe) activiteiten mét en zonder subsidie opgenomen.

3.2 Trends en ontwikkelingen

Over trends en ontwikkelingen hebben we gegevens verzameld en geïnterpreteerd van o.a. het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), het Landelijk Kennisinstituut voor Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA), het Fonds Cultuurparticipatie (FCP), Plein C (de Noord-Hollandse instelling voor ondersteuning van cultuureducatie op scholen), de gemeente Amstelveen en collega-instellingen.

We zien onder anderen de volgende trends en ontwikkelingen die ons beïnvloeden:

- De groeiende digitalisering, die ook veel innovatie brengt én beïnvloedt, zowel in kunst als in onderwijs; (online) video is een onlosmakelijk onderdeel aan het worden van kunst en onderwijs, zo ook virtual reality;
- Vooral de mobiele telefoon kan niet onderschat worden. Met name bij marketing/promotie, verkoop (bereikbaarheid en transacties), maar ook bij (ondersteuning) van leren en culturele ervaringen;
- Op dit moment gunstige economische omstandigheden, waarin bestedingsruimte en consumentenvertrouwen toenemen en de politiek open staat voor initiatieven op en investeren in cultureel gebied;
- Vergrijzing in het algemeen, en zeker in de regio Amstelland; in 2020 is 50% van de lokale bevolking ouder dan 50. Het aantal huishoudens met kinderen is relatief laag;
- Aanhaken op de ontwikkelingen in en van de metropoolregio Amsterdam;
- De groeiende behoefte aan ontmoeten en 'ont-moeten', juist in onze digitale en als gejaagd ervaren samenleving, zie bijvoorbeeld de toename van museum-, concert-, festival- en horecabezoek;
- Grenzen vervagen tussen de verschillende kunstdisciplines, er zijn veel cross-overs en de diversiteit in het aanbod neemt toe;
- Veranderingen in het gedrag van doelgroepen, waarbij grenzen vervagen tussen amateurs tot professionals, tussen laag tot hoog opgeleid, van ver en van hier, tussen jong en oud;
- Leren en jezelf ontwikkelen door zélf te doen, zelf te maken, samen te maken en te delen; elkaar vinden in gemeenschappelijke drijfveren en waarden.

In hoofdstuk 3.4 keert terug hoe Platform C op deze trends en ontwikkelingen wil inspelen.

3.3 Externe en interne analyse

Met de SWOT-methodiek (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) is een sterkte-zwakteanalyse gemaakt van de uitgangspositie van Platform C. In een oogopslag:



Nadere omschrijving van de SWOT-samenvatting:

Sterkten

- Inhoudelijke, herkende en erkende kwaliteit van de docenten en medewerkers, het hebben van een branche-kwaliteitscertificaat (hercertificering in 2019), de basiskwaliteiten van het gebouw (lokalen)
- Centrale ligging in de stad Amstelveen, in het Stadshart en naast het busstation en parkeergarages, daardoor ook goed bereikbaar vanuit de regio
- Vaste groep van terugkerende klanten

Zwakten

- Digitale kennis en faciliteiten
- Financieel tekort, exploitatiestructuur
- Gebouw is te klein en weinig gastvrij qua opzet en indeling
- Te weinig kennis over concurrentie en klanten

Kansen

- Delen is een grote ontwikkeling; cultuur krijgt waarde als je het deelt; delen is de kern van Platform C, om te kunnen delen moet je elkaar ontmoeten, ook digitaal
- Maakonderwijs is de trend: zelf doen, samen maken, en elkaar hiervoor opzoeken; van oudsher onze kracht
- Kennis benutten rondom lifestyles en interesseprofielen van inwoners van Amstelveen en Amstelland

Bedreigingen

- Concurrenten op de markt, die soms ook samenwerkingspartners (zouden moeten) zijn
- Politiek/subsidie: het blijft nodig de toegevoegde waarde en legitimiteit als culturele instelling waar te maken; de soms onverwachte wendingen in de politiek staan op gespannen voet met het streven naar continuïteit en zekerheid als noodzakelijke voorwaarden voor een gezonde exploitatie met ruimte voor innovatie en experiment
- Internationalisering: mogelijk loopt de behoefte aan NT2- en vreemdetalenonderwijs terug en wordt het Nederlandse & Europese muzikaal/cultureel erfgoed steeds minder belangrijk.

3.4 Prioriteiten en strategie voor het merk Platform C

De trends en ontwikkelingen en de kansen, bedreigingen (externe analyse) en sterktes en zwaktes (interne analyse) zijn tegen elkaar afgezet en gescoord. Dit resulteert een uitkomst met scores per 'confrontatieblok'. De hoogste scores bepalen de prioriteiten. Dit leidt tot duidelijke keuzes en focus.

Versterkende strategie en inhoudelijke prioriteiten 2019-2021

Voor de periode 2019-2021 kiest Platform C op basis van deze overwegingen voor een versterkende strategie. Tevens wordt de komende periode benut om de synergievoordelen van de fusie te realiseren en de slagkracht te vergroten. De uitwerking daarvan in beleid en organisatie is te lezen in hoofdstuk 4. De volgende drie kernthema's en activiteiten zijn de inhoudelijke prioriteiten:

1. Digitaal en delen

Dit gaat over onze producten én onze marketing. Cursussen én cursisten. Dat gaat hand in hand. We willen investeren in CRM (customer relationship management, of zoals je het ook kunt lezen: **connectie-relatie-mens**) om zo onze kennis over onze deelnemers te vergroten en beter in te spelen op hun behoeften. Ook het beter digitaal ondersteunen van de lessen, cursussen en andere activiteiten hoort daarbij. Wat deelnemers dan maken en doen, willen we vervolgens ook (beter) digitaal delen. Dat vergroot dan weer de belevingswaarde-vooraf van ons aanbod, hetgeen weer kan leiden tot meer toestroom. Zo creëren we een **digitale-sociale-commerciële kringloop**.



2. Gastvrij en gebruiksvriendelijk

Een **uitnodigende** uitstraling van het gebouw en daarbij passende inrichting zijn voorwaarden om de missie van Platform C invulling te geven. Wij willen bezoekers en deelnemers **gastvrij** ontvangen en activiteiten mengen op een plezierige en profijtelijke manier in het gehele gebouw. Dat houdt in:

- minder m2 voor en meer effectieve indeling van kantoren;
- **meer m2 voor klanten en kunsten** (inclusief de 'Salon' als derde flexibele en intieme zaal naast de bestaande Zonnesteinzaal en Balletzaal, en een 'Kunstcafé' in plaats van de huidige kantine);
- uitbuiten van de kwaliteiten van het gebouw (**transparantie, licht**);
- aanpakken van de negatieve aspecten (klimaat, routing/indeling, verlichting, achterstallig onderhoud).



3. **Kwaliteit, kennis en klanten**

Eerdere klantonderzoeken hebben aangetoond dat over het algemeen de **inhoudelijke kwaliteit** hoog gewaardeerd wordt. Aandacht is wel nodig voor het actualiseren bedrijfsmodel van de Kunstuitleen, om de collectie – als ‘tool’ voor het maken van connecties met klanten – weer dynamischer te krijgen.

Doorgaande **vernieuwing van het portfolio** krijgt prioriteit. Hierbij betrekken we de trends en ontwikkelingen rond maakonderwijs en samen leren. De opgedane kennis rondom lifestyles en interesseprofielen in Amstelveen en Amstelland zal, naast de nog steeds vruchtbare educatieve uitgangspunten, passen we toe bij het maken van keuzes in de ontwikkeling van het portfolio (zie ook prioriteit 1) en de marketing.

Talentontwikkeling, in de gehele keten van verleiden-verwerven-verdiepen, is deel van het wezen van Platform C. Maximale kwaliteit bieden en het maximale uit jezelf halen is de kern van ons dna. In de komende 3 jaar besteden we aandacht aan het versterken van onze positie op de markt van kennismigranten, het verder uitbouwen van onze platformfunctie voor de lokale en regionale kunstenaars en zetten we ons, met partners in de stad Amsterdam en de regio, in voor een regionale voorziening voor de podiumkunsten: ‘Amsterdam Talent Space’ .



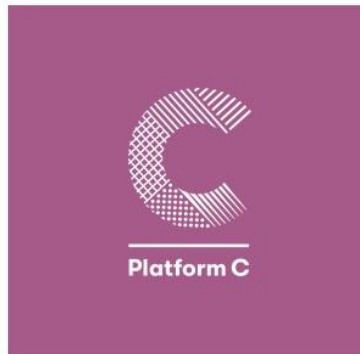
Strategie voor het merk Platform C en de 'huismerken': house of brands

In een sprankelend en interactief creatief proces – met enkele deskundige begeleiders en met inbreng van medewerkers en belanghebbenden – is in 2017 gewerkt naar een set kernwaarden, kernkwaliteiten en een daarbij passende merkidentiteit en stijl voor Platform C. Daar kunnen we nog even mee vooruit. De branding methodes 'emotive branding' en 'kleur bekennen' en de bedrijfskundige analysemodellen 'business model canvas' en 'value proposition canvas' zijn hierbij behulpzaam geweest.

Kort samengevat is Platform C een 'gids' die voor (potentiële) klanten nieuwe werelden en (kunst- en leer)routen ontsluit, op basis van de onderstaande waarden en met inzet van onderstaande kwaliteiten:

kernkwaliteiten

open
samen
helder
deskundig
laagdrempelig



kernwaarden

toegankelijk
verbonden
plezier
mooi
durf

Platform C zal zich de komende jaren ontwikkelen tot de 'corporate' afzender op basis van een doordacht 'merkhart' en weloverwogen communicatiestrategie. Durf en plezier, nieuwsgierigheid en vitaliteit, creativiteit en talentontwikkeling zijn hier de kern van. Platform C als 'house of brands' komt tot uitdrukking in een gecombineerde uitwerking met de vertrouwde namen Kunstuitleen Amstelveen, Volksuniversiteit Amstelland en Muziek- en Dansschool Amstelveen. De positieve connotaties van deze labels worden zo behouden en tevens de onderlinge verbondenheid en gewenste kruisbestuiving op gang gebracht.



3.5 Aanpak: deelplannen, organisatie en monitoring

Deelplannen en organisatie

Om de geformuleerde prioriteiten om te zetten in het realiseren van activiteiten zijn en worden diverse deelplannen ontwikkeld. Deze worden hier kort op een rij gezet. Voor eventuele nadere toelichting wordt verwezen naar paragrafen in het volgende hoofdstuk.

1. Voor de gewenste versterking van de **commerciële slagkracht** is een organisatieverandering noodzakelijk die in de tweede helft van 2018 wordt ingezet.

Voor de fusie is eind 2016 een organogram gemaakt op basis van het aanelkaarschuiven van de bestaande 3 labels in een nieuwe organisatie, met een centrale serviceunit. Gebleken is dat dit onvoldoende aansluit bij de nieuwe missie, visie en strategie en wat we op basis hiervan willen doen. Daarom is een nieuw **organogram** ontwikkeld, zie hiervoor paragraaf 4.3 en Bijlage B. Kernwoorden bij dit organogram zijn: versterking van de commerciële slagkracht, (verdere) integratie en ontschotting, opheffen van inefficiënties en delingen van capaciteit (uren), passend bij de strategie.

2. Voor **CRM** is een meerjarenplan gemaakt voor de periode 2018-2020. Kern van dit plan is het via een stappenplan en met inzet van technologie vergroten van de klantkennis en versterken van de verkoopkracht van Platform C. De marketingmedewerkers hebben hiervoor een leergang gevolgd. Zie verder paragraaf 4.2.
3. Voor innovatie van het portfolio, gestut door kennis over de marktontwikkelingen en deelnemersinformatie wordt **portfoliomanagement** ontwikkeld in 2018 en vanaf 2019 structureel ingezet. Zie paragraaf 4.1.
4. **Digitalisering** is een inhoudelijk én een marketingthema. Het valt uiteen in 5 deelprojecten: music&me (online ondersteuning instrumentaal muziekonderwijs), 'flipping the classroom' (een educatieve vernieuwing), digitale kunst in de collectie opnemen, de online winkel uitbreiden, het ict-/mediaeducatieaanbod vernieuwen en de online zichtbaarheid vergroten voor betere vindbaarheid (google) en vergroting van de belevingswaarde-vooraf (video).
5. Een meerjaren **scholingsplan** wordt begin 2019 opgesteld, na invoering van het nieuwe organogram. Dit is gericht op de competentieontwikkeling van medewerkers met nieuwe taken en sluit aan bij de strategische keuze voor versterking van digitalisering en delen.
6. Een meerjaren **opbrengsten- en investeringsplan** wordt tegelijk met dit plan met de RvT afgestemd bij de begroting 2019. Zie paragraaf 5.2 voor de verkorte versie.
7. Voor de verbetering van **planning en control**, en de professionalisering van de **administratieve organisatie**, is eerder een deelplan opgesteld dat nu wordt uitgevoerd. In 2019 en 2020 wordt in de nieuwe taakverdeling en met de ontwikkelde processen gewerkt en worden deze tussentijds geëvalueerd. Zie hiervoor paragraaf 4.4.
8. De gewenste interne 'kleine' **verbouwing** vindt plaats in de tweede helft van 2018. In 2019 en 2020 wordt de 'grote verbouwing' verder voorbereid, in afstemming met de gemeente Amstelveen (vernieuwing Stadshart) en de culturele partners/buren. Zie hiervoor paragraaf 4.5.

Monitoring

Om op realisatie van deze plannen te kunnen sturen, worden ze uitgewerkt in jaar- en projectplannen. Dit gebeurt op basis van het beleid dat in het volgende hoofdstuk is uitgewerkt volgens de zogenoemde 'Schijf van 5', een indelingsprincipe voor alle activiteiten van een organisatie, gekoppeld aan verantwoordelijkheden in het organogram.

1. Producten & diensten
2. Marketing & innovatie
3. Personeel & organisatie
4. Financiën & control
5. Huisvesting & faciliteiten

4. De ‘Schijf van 5’: wat gaan we doen?

De ‘Schijf van 5’ is een manier van indelen en beschrijven van alle activiteiten van een organisatie, met als doel de integrale sturing op de realisatie van het beleid: het halen van doelstellingen en het uitvoeren van passende activiteiten. Per deelgebied volgt hieronder een beschrijving van de activiteiten op basis van de strategische prioriteiten en deelplannen genoemd in hoofdstuk 3.

4.1 Producten & diensten

4 inhoudelijke units van Platform C: 3 ‘oude’ en 1 ‘nieuwe’

Activiteiten worden op de markt gebracht onder de merknaam Platform C | Bestaande Naam. Dus: Platform C | Muziek- en Dansschool Amstelveen, Platform C | Volksuniversiteit Amstelland, Platform C | Kunstuitleen Amstelveen.

De vierde unit is:

Platform C | Onderwijs & Cultuurparticipatie: het verhaal van Amstelveen

Met bundeling van alle activiteiten voor scholen – dus niet alleen vanuit de muziek- en dansschool, maar ook op het gebied van beeldende kunst, creatief schrijven, media/fotografie, kunstbeschouwing, enz. uit het portfolio van de volksuniversiteit en de kunstuitleen – én de verbreding van het portfolio naar het sociaal domein, erfgoed en duurzaamheid, zetten we de stap van MDA/Onderwijs & Cultuur naar Platform C | Onderwijs & Cultuurparticipatie. Met deze stap spelen we in op de behoefte van inwoners en het gemeentebestuur naar meer aandacht voor de identiteit van Amstelveen en de zelfredzaamheid van inwoners. Dit doen we door inzet van ons specialisme: cultuur moet je doen.

Deze unit bouwen we stapsgewijs op. De groei van deze unit stellen we afhankelijk van aanvullende, eventueel projectmatige, publieke en private financiering. De in hoofdstuk 5 genoemde groeidoelstellingen zijn onder voorbehoud van die aanvullende financiering.

Inhoudelijk gaat het hier om aansluiting bij en het mede vormgeven van het verhaal van Amstelveen. Zowel de historie en het erfgoed, als de actuele thema’s. Voorbeelden zijn: het verhaal van de kerken in Amstelveen, de grootschalige vernieuwing in het Stadshart / A9-gebied. Dit biedt ook allerlei mogelijkheden om door middel van kunstzinnige en erfgoedprojecten bewoners erbij te betrekken. Dat is een artistiek-educatieve invulling van wat in Amstelveen zo belangrijk is en waar de stad om bekend wil staan: de hoge kwaliteit van leven.

Cultuurpunt Aalsmeer en Loket Cultuureducatie Amstelland

Cultuurpunt Aalsmeer en Loket Cultuureducatie Amstelland zijn labels met een eigen (gemeentelijke respectievelijk regionale) opdracht, merkbeleid en verantwoordingslijn. Het zijn tevens 2 administratieve units van Platform C, maar vallen qua (merk)strategie en beleidsplannen buiten het bestek van dit Ondernemingsplan. Uiteraard wordt binnen de organisatie de synergie bevorderd. Zo kunnen activiteiten, als er vraag is, ook in Aalsmeer of elders in de regio worden geprogrammeerd.

Nieuwe proposities en producten: unitoverstijgend

Door nauw samen te werken, klantbestanden te koppelen en unit-overstijgend nieuwe doelgroepen op te zoeken (bijvoorbeeld actieve ouderen voor MDA vanuit KU en VU, kinderen voor KU en VU vanuit MDA), worden nieuwe proposities en producten en diensten ontwikkeld. Activiteiten die de voormalige stichtingen overstijgen, zoals de Kunstdoe-dagen voor kinderen en andere nieuwe projecten die zullen worden ontwikkeld voor bijvoorbeeld het sociaal domein, worden direct onder de vlag van Platform C uitgevoerd en gepositioneerd. Dit geldt ook voor Verhuur en andere activiteiten voor de zakelijke markt.

Ontwikkelingen als digitalisering, vergrijzing en de aandacht voor maakonderwijs (leren door zelf te doen) nemen wij vanzelfsprekend mee in de ontwikkeling van nieuwe proposities.

Talentontwikkeling

Muziek- en Dansschool Amstelveen is van oudsher hét instituut voor talentontwikkeling in Amstelveen. Maar ook de Volksuniversiteit en de Kunstuitleen hebben hierin een rijke, zij het misschien op het eerste gezicht minder zichtbare, traditie en mogelijkheden. Door deze te koppelen en van elkaar te laten profiteren, kunnen we hier nog veel beter in worden – en daarmee meer mensen – kinderen, jongeren én volwassenen – uitdagen en begeleiden. We zoeken, inspeland op het actuele rijkscultuurbeleid waarin regio's belangrijker worden, de samenwerking in de regio Amstelland-Meerlanden en met Amsterdam om tot nieuwe arrangementen te komen, waarbij wij inzetten op ons specialisme: het stimuleren en ontwikkelen van breedtecultuur.

Portfoliomanagement

Voor alle units wordt portfoliomanagement ingevoerd. Dat betekent dat op regelmatige basis de marktaantrekkelijkheid en het rendement van producten en diensten wordt gemonitord op basis van kwantitatieve gegevens. Op basis van de uitkomsten worden keuzes gemaakt voor continuering, beëindigingen of vernieuwing.

4.2 Marketing & innovatie

Klantgericht management/CRM

Platform C wil commercieel slagvaardig zijn. Dat betekent een duidelijke focus op klanten en partners. Om beter te kunnen scherpen op onze doelgroep(en) zijn de volgende instrumenten gehanteerd:

- Value Proposition Canvas (VPC): wat willen onze klanten precies, waar liggen hun 'pains' en 'gains'; tevens te gebruiken bij onderzoek naar customer journeys en bij portfoliomanagement;
- Het uitwerken van profielen met behulp van de 'Leefstijlatlas Dagrecreatie' (2015, provincie Noord-Holland). De voornaamste focusgroepen die veel in ons verzorgingsgebied wonen zijn 'ingetogen aqua' en 'ondernemend paars'. Deze groepen zijn op zoek naar zinvolle, actieve en vaak creatieve vrijetijdsbesteding en hechten veel waarde aan persoonlijke ontwikkeling en zelfontplooiing.

Om goed te kunnen inspelen op behoeften en wensen, dient overal in de organisatie de juiste informatie beschikbaar te komen. Daarvoor is het noodzakelijk dat de relevante informatie (klantdata), die in drie afzonderlijke administratiesystemen zit, effectief wordt ontsloten voor de nieuwe organisatie.

Als eerste zal gewerkt worden aan het inzichtelijk maken van een totaalinzicht (zg. 360-gradenbeeld) van onze klanten.

Belangrijke prioriteit is het optimaliseren van de online aanwezigheid en zichtbaarheid met Google Ads en Google Grants. In 2018 doen we hier een experiment mee om te ontdekken hoe de online en offline customer journeys optimaal op elkaar kunnen aansluiten gericht op zo veel mogelijk transacties / conversie.

Kernrol: van gids naar inspirator

Met behulp van de methode 'kleur bekennen' hebben wij onze kernrol bepaald, die van 'Gids'. Wij willen organisch toegroeien naar die van 'Inspirator'.

Hybride merkarchitectuur

Platform C heeft daarbij gekozen voor een hybride merkarchitectuur: het Platform C-logo komt op alle 'sub-brand-uitingen' voor om uitdrukking te geven aan het open en veelzijdige karakter van het 'cultuurhuis' en de eraan gekoppelde activiteiten op het vlak van cultuur, creativiteit en communicatie. Een succesvol corporate merk gaat immers niet over één product of dienst, maar is de uitdrukking van onze identiteit. Binnen dat overkoepelend principe brengen we verscheidende waardeproposities op de markt.

Toewerken naar de marketingafdeling van 2020: uitgeefmodel, continue dialoog

Om de visie en missie van Platform C te realiseren is goede communicatie met onze doelgroepen essentieel. Steeds vaker wordt daarvoor gebruikgemaakt van het 'uitgeefmodel'. Dit model stelt het vertellen van verhalen centraal, en maakt gebruik van de rollen en taken die in de uitgeefwereld ontwikkeld zijn. Content wordt daarbij toegespitst op wat er bij de doelgroep leeft en via welk kanaal de lezer/kijker wordt bereikt. Daarbij verschuift de focus steeds meer naar 'earned media': de kanalen van de klanten zelf, zoals eigen platforms en mond-tot-mond-reclame. Deze is bewezen met meest effectief voor conversie (verkoop).

Innovatie: gevoed door Marketing en ondersteunend aan portfoliomanagement in de Units

In het laatste beleidsplan van Muziek- en Dansschool Amstelveen was een centrale plaats ingeruimd voor innovatie en commercie. Gebleken is dat innovatie wezenlijk is voor het voortbestaan, maar dat het niet altijd geld oplevert. Integendeel, meestal kost het geld. In dit Ondernemingsplan en het organogram van Platform C is innovatie een onlosmakelijk onderdeel van Marketing. Hiermee wordt de functie centraal gepositioneerd om invulling te geven aan de missie ('kom verder') en intern het realiseren van de prioriteiten Digitaal delen en Kwaliteit, kennis en klanten te ondersteunen.

4.3 Personeel & organisatie

Kom verder > excelleren in samenwerking

Uitgangspunten voor het beleid voor Personeel & organisatie zijn:

- Kwaliteit leveren en uitblinken is de allerbelangrijkste prioriteit, voor medewerkers, opdrachtnemers én voor deelnemers (congruentie).
- Mensen zijn ons belangrijkste middel; dus willen we medewerkers in staat stellen om te excelleren.
- We staan daarbij een resultaatgerichte, professionele, open en pragmatische cultuur voor, waarbij de aandacht voor de mens, zijn welbevinden en inzetbaarheid niet vergeten wordt. Op regelmatige basis vinden voortgangs- en evaluatiegesprekken plaats met alle medewerkers.
- Bij mensen met wie wij samenwerken op basis van opdrachtgeverschap besteden we ook aandacht aan een zorgvuldige uitvoering van het opdrachtgeverschap en richten we ons op de duurzaamheid en wederkerigheid van deze relatie. Opdrachtnemers worden waar mogelijk betrokken in de medezeggenschap.
- Samenwerken betekent daarbij niet: wat kan jij doen voor mij, maar: wat kan ik doen voor jou.
- Daarbij stellen we een expliciet vrijwilligers- en stagebeleid op, gericht op ontwikkeling.



Besturing: Raad-van-Toezichtmodel

Voor de besturing heeft Platform C gekozen voor het Raad-van-Toezichtmodel met directeur-bestuurder. De directeur-bestuurder heeft integrale eindverantwoordelijkheid. De Raad van Toezicht is breed samengesteld op basis van een deskundigheidsprofiel op het vlak van kunst, cultuur en educatie, en op de gebieden ondernemerschap, finance, juridisch, personeel/hr en public affairs. De Raad van Toezicht stelt in het najaar van 2018 een profielschets vast en een rooster van optredens.

Interne organisatie

Per 1 januari 2017 vielen de 3 stichtingen onder een gezamenlijke directie en is vooruitlopend op het formele juridische fusiemoment een Management Team samengesteld. Dit bestaat deels uit ervaren managers en deels uit intern doorgegroeiende medewerkers. Hier is toen bewust voor gekozen om de continuïteit van de activiteiten te garanderen. Veel kennis dreigde verloren te gaan door het vertrek van de twee directeuren van de voormalige stichtingen Kunstuitleen en Volksuniversiteit, door pensionering respectievelijk op eigen

verzoek, 3 jaar en 1 jaar voor de fusie. Deze directeuren waren jarenlang aan de instellingen verbonden en hadden veel inhoudelijke verantwoordelijkheden en taken, hetgeen logisch was gegeven de kleine schaal van deze organisaties.

Nadelen van deze keuze waren: te weinig focus op gezamenlijke doelen, mogelijkheden en activiteiten van Platform C en een onevenwichtige verdeling van taken en competenties, zowel in het MT als in de rest van de organisatie.

De verdeling van strategische, tactische en operationele verantwoordelijkheden zal dan ook tegen het licht worden gehouden. Dit leidt tot een nieuw organogram. Daarbij kunnen functies worden gesplitst of samengevoegd. Doel is het versterken van de commerciële slagkracht, versterken van de onderlinge samenhang en opheffing van de onevenwichtigheden.

Op deze manier wordt de interne organisatie opnieuw ingericht op een manier die past bij de ambities, prioriteiten en doelstellingen die voortvloeien uit de missie en vastgelegd zijn in dit plan. Deze veranderingen worden gerealiseerd door verschuivingen binnen de huidige formatie en begroting en is in die zin budgetneutraal.

Ondernemingsraad

De Ondernemingsraad die bij Muziek- en Dansschool Amstelveen sinds jaar en dag actief was, is verbreed naar het medezeggenschapsorgaan voor Platform C. Om ook het grote aantal zzp'ers dat op regelmatige basis diensten verleent aan Platform C structureel een plaats te geven in het beleid, biedt de WOR de mogelijkheid voor een zg. flex-zetel. De Ondernemingsraad wil deze mogelijkheid in 2019 invoeren.

4.4 Financiën & control

De oprichting van Platform C heeft tot gevolg dat taken in dit gebied, die voorheen belegd waren bij de afzonderlijke fusiepartners, nu centraal worden uitgevoerd. Daarbij gaat het niet alleen om zaken praktisch samen te voegen, maar ook om het bewerkstelligen van meerwaarde in het kader van de prioriteiten die voor de 'Schijf van 5' zijn geformuleerd.

Financiële administratie

Vanaf 2018 wordt er gewerkt met één financiële administratie voor Platform C. Dat betekent dat deze opgezet en gestroomlijnd is in de 6 Marktunits en 1 Beheerunit (inclusief Verhuur en Marketing & innovatie), waarbij de betreffende teamleider verantwoordelijk is voor het eigen budget en resultaat. Daarnaast worden de efficiencyvoordelen van de fusie omgezet in bijgestelde takenpakketten van de controller en administrateur. Voor wat betreft de rapportages wordt in 2018 gewerkt aan verbetering van de planning en verhoging van de betrouwbaarheid van de prognoses.

Automatisering en telefonie

Platform C heeft in 2018 1 leverancier voor de inrichting en beheer van de kantoorautomatisering en telefonie gekozen. Dit betreft het aanleggen van het netwerk, de inrichting van de werkplekken, de verbinding met internet en één netwerk voor telefonie. Dit gaat gepaard met een geheel nieuwe inrichting van de aanwezige, sterk verouderde, infrastructuur. In 2019 zal geïnvesteerd worden in de verbetering van de ict-infrastructuur van de primaire processen, vanuit de prioriteit Digitaal delen.

Planning en control

In 2018 is een planning- en controlcyclus ontworpen en getest, die past bij de nieuwe schaal en complexiteit van de organisatie. Aandachtspunten zijn a) interne overdracht van kennis vanuit de voormalige stichtingen, b) tijdigheid en betrouwbaarheid van rapportages en c) vastleggen en afstemmen van interne procedures en de administratieve organisatie.

Vanaf 2019 wordt in gezet op versterking van de exploitatie door gecontroleerde groei, het opbouwen van (weerstands)vermogen en het werken met jaarlijkse investeringsplannen.

4.5. Huisvesting & faciliteiten

Kleine en grote verbouwing

Eén van de belangrijke prioriteiten voor Platform C in deze periode is het verhogen van de gastvrijheid / belevingskwaliteit en mogelijkheden van het huidige gebouw. Daarnaast gaat veel tijd en aandacht naar het aangesloten blijven en invloed uitoefenen op de ontwikkelingen A9/Stadshart. Deze zullen in de periode 2020 – 2024 een grote impact hebben op het gebouw en de bedrijfsvoering, maar bieden vooral ook kansen.

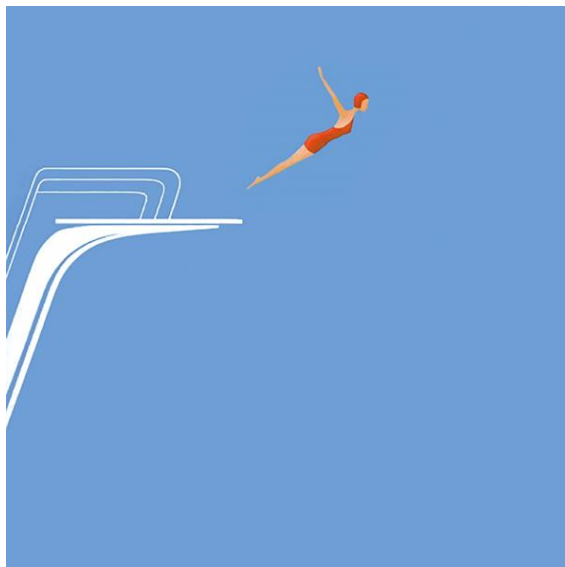
klein

Naast de noodzakelijke herinrichting van de kantoorfuncties als gevolg van de fusie, worden op korte termijn enkele publieksruimtes grondig herzien om de gewenste faciliteiten te kunnen bieden. Met de 'kleine' verbouwing in 2018 en 2019 worden deze kwesties aangepakt:

- Aantrekkelijke laagdrempelige centrale entree/ontvangst creëren (met tijdelijke inrichting i.v.m. de komende 'grote' verbouwing)
- Vergroting kunstuitleen / galerie / winkel begane grond
- Een 'derde zaal': kleine, intieme en multifunctionele ruimte voor max. 50 personen publiek (flexibele, voorlopige, aanpassing voor multifunctioneel gebruik van de huidige Kunstuitleen op de begane grond)
- Upgrade leslokalen en verblijfskwaliteit gang verdieping 2
- Samenvoeging/optimalisatie kantoorfuncties op verdieping 3
- Verbetering lichtplan (gangen begane grond en verdieping 2 zijn te donker)

Groot

De plannen hiervoor zullen we in nauw overleg met de gemeente Amstelveen en onze burens Schouwburg Amstelveen, P60 en Bibliotheek Amstelland uitwerken. Dit in het kader van de gewenste verlevendiging van het Stadsplein en aansluitend bij de grootschalige ingrepen in en rond ons gebouw als gevolg van de aanpak van de A9 en de komst van een bioscoop. Hierbij kan de 'Cultuurstrip', zoals ons gebouw nu heet, uitgroeien tot een lichte en ruime vier-seizoenen-ontmoetingsplek aan een mooi, groen en levendig Stadsplein. Waar allerlei nieuwe mogelijkheden van combinaties tussen horeca, ontmoeting, debat, kunst beleven en kunst maken, leren en verdiepen en beleven mogelijk zijn.



5. Overzicht doelstellingen en activiteiten per unit

5.1 Doelstellingen en activiteiten

Hieronder volgt een samenvatting in tabelvorm van de voorgenomen activiteiten per unit in de periode 2019-2021. De volgorde geeft tevens de prioritering aan over de komende periode 2019-2021.

Platform C | Kunstuitleen Amstelveen (unit 10)

Digitaal en delen	10.1.1 Platform voor en door kunstenaars 'Goed Beschouwd' (i.s.m. VAK, Vereniging Amstelland Kunst) 10.1.2 Online winkel 10.1.2 Digi-kunst
Gastvrij en gebruiksvriendelijk	10.2.1 Verbouwing (grotere galerie/winkel begane grond/centrale balie) 10.2.2 Overal in het gebouw kunst te leen en te koop 10.2.3 Aanpassing/flexibilisering leen- en inkoopmodel
Kwaliteit, kennis en klanten	10.3.1 Nieuwe themaprojecten 10.3.2 Collectie onderhouden (inhaalslag) 10.3.3 Banden met academies aanhalen

Streefcijfers 2021

Leners: particulier stabiel op 775, bedrijven licht gegroeid van 25 naar 30

Winkelomzet: van € 78.000 (2018) naar € 99.000 (2021)

Aantal projecten met aanvullende externe financiering: van 3 (2018) naar 5 (2021)

Belangrijk in 2020:

Triënnale Amstelveen, samenwerkingsproject met Cobra Museum en Museum Jan van der Togt

Platform C | Volksuniversiteit Amstelland (unit 20)

Digitaal en delen	20.1.1 Ict-voorzieningen op orde (inhaalslag) 20.1.2 Online zichtbaarheid verhogen 20.1.3 Digitaal leerplatform uitbouwen 20.1.4 Ict-/mediacursusaanbod vernieuwen 20.1.5 Blended learning: 'flipping the classroom' onderzoeken
Gastvrij en gebruiksvriendelijk	20.2.1 Verruiming openingstijden cursusbalie/bereikbaarheid 20.2.2 Upgrade enkele lokalen 20.2.3 Vergroting / verfraaiing kantine & 'kunstcafé'
Kwaliteit, kennis en klanten	20.3.1 Kennis concurrentie/partners vergroten (welzijn, bibliotheek) 20.3.2 Inspelen op nieuw beleid inburgering en taal per 2020 20.3.3 Trends verwerken in programma (zelf iets maken, ambachten, nieuwe talen, leven lang leren)

Streefcijfers 2021

Nederlands NT2 van 530 naar 600 cursisten

Engels van 230 naar 280

Overige talen van 510 naar 600

Verbeelden/creëren van 440 naar 520 (beeldende vorming, fotografie, schrijven, koken)

Ontdekken/leren van 430 naar 500 (kunst- en cultuurgeschiedenis, filosofie, bridge, ict, enz.)

Platform C | Muziek- en Dansschool Amstelveen (unit 30)

Digitaal en delen	30.1.1 Implementatie Music&Me eerst intern (2018-2019) en dan extern (2019-2020) 30.1.2 (meer/structureel) presentaties & docenten online 30.1.3 Blended learning: 'flipping the classroom' onderzoeken
Gastvrij en gebruiksvriendelijk	30.2.1 Verruiming openingstijden cursusbalie/bereikbaarheid 30.2.2 Upgrade enkele lokalen 30.2.3 Vergroting / verfraaiing kantine & 'kunstcafé'
Kwaliteit, kennis en klanten	30.3.1 Status consolideren en onderhouden van beste school voor muziek, dans & theater van Nederland 30.3.2 Regionaal programma talentontwikkeling

Streefcijfers 2021

Cursisten

Instrumentaal/vocaal inclusief oriëntatie en orkesten van 2300 naar 2350*

*door vol gebouw en vast bedrag subsidie zit er een bovengrens aan

Dans van 200 naar 220

Musical/theater van 80 naar 120

Aantal volwassen cursisten als onderdeel van het totaal van 360 naar 400

Aantal 'sterren' (=lestijduitbreiding tegen kostendekkend tarief) van 105 naar 110 uur/week

Aantal lessen totaal bij (licht) stijgend aantal deelnemers van 485 naar 480 uur/week

Implementatie Music&me van 1000 naar 10000 gebruikers

Talentontwikkelingsprogramma

met Muziekschool Amsterdam en Conservatorium van Amsterdam:

Van ontwikkeling in 2018-2019 naar pilots in 2019-2020 en een compleet programma in 2020-2021

Samenwerking met professionele festivals van 1 naar 3

Platform C | Onderwijs & Cultuurparticipatie (unit 40)

Digitaal en delen	40.1.1 Verbetering en integratie ict-infrastructuur 40.1.2 Online zichtbaarheid vergroten, meer interactie 40.1.3 Aanjagen digitaal leren binnen Platform C (‘flipping the classroom’)
Gastvrij en gebruiksvriendelijk	40.2.1 ‘Eerste-keer-bezoekers’ gastvrij onthalen en beter informeren en enthousiasmeren 40.2.2 Lab-lokaal inrichten
Kwaliteit, kennis en klanten	40.3.1 Maakonderwijs in programma’s verwerken 40.3.2 Nieuwe projecten/producten door kruisbestuiving 40.3.3 Nieuwe projecten/producten sociaal domein

Streefcijfers 2021

Lesmodules muziek, dans, theater van 38 naar 50 modules

Projecten op maat muziek, dans, theater van 8 naar 15 projecten

Blazersklas van 4 naar 6 scholen/klassen

Zing 'es stabiel op 12 scholen

Producten vanuit kunst (KU) en educatie (VU) van 1 naar 10 (creatief, techniek, talen, kunst)

Deskundigheidsbevordering (train the trainer) van 0 naar 2 scholen

Kinderboekenweekproject van 0 naar 5 scholen

Projecten cultuurparticipatie sociaal domein van 0 naar 3 projecten

In deze paragraaf staat een totaal van 33 projecten / activiteiten en een groot aantal groeiambities. (Er staan 37 projectnummers, maar enkele zijn unitoverstijgend en staan dubbel.)

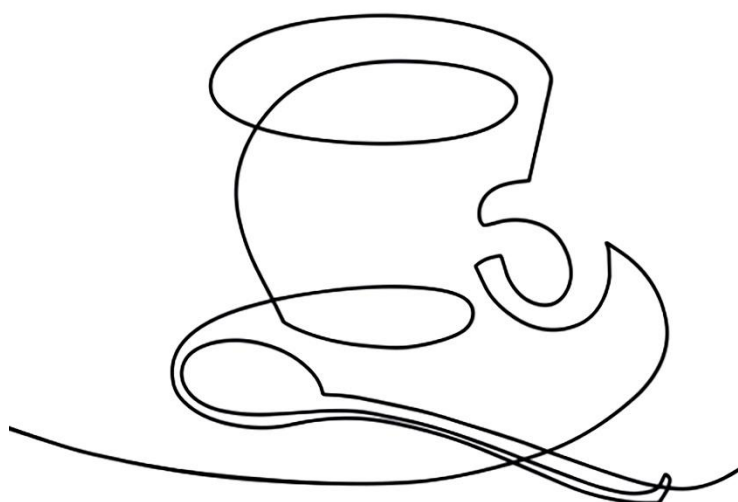
Om deze te kunnen realiseren is stevige sturing en monitoring op voorwaarden en realisatie noodzakelijk. Hiervoor sluit de directeur-bestuurder jaarlijks een managementcontract met de Raad van Toezicht, waarin het interne jaarwerkplan is opgenomen.

De meeste projecten vergen geen aanpassing van de begroting, het gaat vooral om een (andere) manier van werken. Dat is de kern van de fusie en de kern van dit plan. De huidige exploitatie van Platform C biedt daarnaast nu eenmaal niet veel ruimte voor investeringen, er moet eerst meer 'vlees op de botten' komen.

Voor enkele projecten zijn investeringen geraamd en verwerkt in de meerjarenbegroting.

De verbouwing wordt gefinancierd door de gemeente Amstelveen en 3 projecten zijn afhankelijk gesteld van aanvullende financiering. In schema:

Strategische prioriteit	Projectnummer en -naam	Jaar	Investering
Digitaal en delen	10.1.2 Online winkel	2020	€ 3.000
	20.1.1 Ict-voorzieningen op orde	2018 / 2019	€ 5.000
	20.1.3 Digitaal leerplatform uitbouwen	2019 / 2020	€ 5.000
	30.1.1 Implementatie Music&Me	2019 / 2021	2019 € 6.000 / 2020 en 2021 € 2.000
Gastvrij en gebruiksvriendelijk	10.2.1 Verbouwing	2018 / 2019	Gemeente Amstelveen
	40.2.2 Lab-lokaal inrichten	2020	Alleen met aparte aanvullende financiering
Kwaliteit, kennis en klanten	10.3.1 Nieuwe themaprojecten	2019 / 2021	Alleen met aparte aanvullende financiering
	40.3.3 Nieuwe projecten/producten voor het sociaal domein	2020 / 2021	Alleen met aparte aanvullende financiering



5.2 Verkorte meerjarenbegroting 2019-2020-2021

	Begroting 2019	Begroting 2020	Begroting 2021
BATEN			
Marktinkomsten	2.186.841	2.262.095	2.339.068
Projectsubsidies	28.090	28.100	28.100
Derdengelden-stoelsponsors	3.500	3.500	3.500
Opbrengsten en subsidies			
Loket Cultuureducatie Amstelland	210.333	210.333	210.333
Opbrengsten en subsidies Cultuurpunt Aalsmeer	159.527	159.527	159.527
Subsidie gemeente Amstelveen	1.077.467	1.077.467	1.077.467
	3.665.758	3.741.022	3.817.995
LASTEN			
Personeelskosten	2.524.910	2.526.112	2.528.922
Indirecte personeelskosten	53.727	57.000	58.000
Huisvestingskosten	415.340	424.000	432.600
Bureau- en organisatiekosten	209.051	199.000	207.500
Activiteitenkosten	119.436	123.250	125.250
Afschrijvingen	26.100	26.000	26.000
Inkoopkosten KU	27.400	39.200	44.200
Loket Cultuureducatie Amstelland en CMK	210.333	210.333	210.333
Kosten Cultuurpunt Aalsmeer	159.527	159.527	159.527
	3.745.824	3.764.422	3.792.332
Resultaat	- 80.066	- 23.400	25.663

Bijlage Samenwerkingspartners met omschrijving van de huidige en gewenste toekomstige samenwerking

Naam	Huidige relatie	Doelstelling 2021
Gemeente Amstelveen	Inhoudelijk partnerschap (beleid, Platform C is uitvoerende partner) Subsidie voor: . voorziening . muziek- en dansonderwijs . diverse projecten . cultuureducatie	Continueren / uitbouwen
Gemeente Aalsmeer	Inhoudelijk partnerschap (beleid, Platform C is uitvoerende partner) Subsidie voor: . voorziening (cultuurpunt) . enkele projecten . cultuureducatie	Continueren / uitbouwen
Gemeente Uithoorn	Subsidie voor: . cultuureducatie	Continueren
Gemeente Ouder-Amstel	Subsidie voor: . cultuureducatie	Continueren
Schouwburg Amstelveen	Goede buur	Voordeurdelen
P60	Goede buur	Voordeurdelen
Bibliotheek Amstelland	Inhoudelijk partnerschap Goede buur	Continueren / uitbouwen
Cobra Museum	Goede buur	Uitbouwen naar inhoudelijk partnerschap op projectniveau
Museum Jan van der Togt	Goede buur	Uitbouwen naar inhoudelijk partnerschap op projectniveau
Amstelveens Poppentheater	Goede kennis	Continueren
Openluchttheater Elsrijk	Goede buur	Continueren
SAKB	Goede buur	Uitbouwen naar inhoudelijk partnerschap
Diverse lokale serviceclubs en fondsen	Goede kennissen / projectpartners	Uitbouwen / op projecten blijven samenwerken
Participe	Goede kennis	Uitbouwen naar inhoudelijk partnerschap op projectniveau (zelfredzaamheid, taal, ontmoeting)
Sportbedrijf Amstelveen	Goede kennis	Uitbouwen naar inhoudelijk partnerschap op projectniveau (ontmoeting, talentontwikkeling)

Gegevens t.b.v. ANBI

Naam, adres en overige gegevens:

Stichting Platform C

Stadsplein 99, 1181 ZM Amstelveen | 020 647 1457 | info@platform-c.nu

RSIN: 002855823L01

KvK: 41201303

Bank: NL76 RABO0302313737

Statutaire doelstelling:

De stichting stelt zich ten doel het bevorderen van de wetenschappelijke, culturele/artistische en algemene ontwikkeling, onafhankelijk van politieke en godsdienstige richting.

Zij tracht dit doel te bereiken:

- door het organiseren van cursussen, lessen, exposities, voordrachten en andere cultureel-educatieve uitingen en ontmoetingen, op de eigen locatie(s) en elders, alsmede door het in stand houden van een apparaat voor uitleen, verkoop en verkoop in huurkoop van kunstwerken.
- door het exploiteren van één of meer cultuurgebouw(en) in Amstelveen, zo nodig dependances in wijken en omliggende gemeenten, voor zover de gemeente Amstelveen en de omliggende gemeenten bijdragen in de exploitatiekosten.

Bestuur, samenstelling d.d. 16 november 2018:

Directeur-bestuurder: Marcel C.G.M. Jansen

Beloning volgens Beloningsleidraad directeuren-bestuurders kunsteducatie

Raad van Toezicht, samenstelling en taak d.d. 16 november 2018:

E.C. Douma, voorzitter, E.C.J. Versteegden, vice-voorzitter, M.E. Amson, M.C.J. Bal-Schröder, W.P. Chen, P. Keijzer, H.C. Kievit, M. Sikkens

De statutaire taak van de Raad van Toezicht is het voortdurend toezicht houden op het beleid van de directie en de algemene gang van zaken in de stichting en de met haar verbonden onderneming (artikel 7.8.1).

Financiële gegevens:

Het meest recente jaarverslag (2017) met gegevens over de inkomsten en uitgaven, alsmede de voorzieningen, reserves en het vermogen van de stichting, is gepubliceerd op www.platform-c.nu.