



een reis langs
**LEIDERSCHAP
IN DE
CULTUUR
SECTOR**

een reis langs

LEIDERSCHAP IN DE CULTUURSECTOR

Leidinggeven aan een culturele organisatie is een strategie kiezen, ondernemen en managen in een bijzondere context. In deze geanimeerde en interactieve bijeenkomsten staat het leiderschap in de culturele sector centraal - met actuele thema's en een kijkje achter de schermen.

1 moedig voorwaarts

Culturele organisaties hebben een "opdracht", maar richten zich ook steeds nadrukkelijker op de markt. Dat vergt stuurmanskunst en flexibiliteit. Maar met te veel aanpassingen aan subsidiegevers, stakeholders of publiek ben je nauwelijks herkenbaar meer. Het is belangrijk je te durven onderscheiden en activiteiten buiten de gebaande paden te organiseren. Hoe doe je dat? Hoe kom je tot onafhankelijke en koersvaste keuzes? Hoe ga je om met dilemma's?

programma

Edgar Karssing is universitair hoofddocent beroeps-ethiek en integriteitsmanagement aan Nyenrode Business Universiteit. Belangrijke thema's in zijn werk zijn integriteit, beroepstrots, vertrouwen, vriendschap en morele moed. Morele moed is de moed om te doen wat je juist acht, ondanks de aanwezigheid van gevaar. En dan je oordeel ook in handelen omzetten, want moed slaat de brug tussen denken en doen.

Petra Blok is directeur en artistiek leider van Twee-takt. Festival Twee-takt is uitgegroeid tot een internationaal kunstenfestival dat alle vormen van kunst laat zien. Festival Twee-takt trekt jaarlijks 40.000 bezoekers. Sinds 2014 zijn de festivals Twee-takt en Kaap geleidelijk aan samengevoegd: wat vraagt dat aan persoonlijke moed?

locatie: Festival Twee-takt, Utrecht
26 september 2017

2 positie kiezen en richting geven

Organisaties zijn bewezen succesvoller als ze werken vanuit dát wat ze uniek maakt: hun identiteit en overtuiging, ofwel hun merk. Daar kan in de cultuur nog veel meer gebruik van worden gemaakt. Door die uniciteit als kompas te gebruiken werk je niet alleen aan een sterk merk, maar ben je als leider richtinggevend voor een veerkrachtige organisatie met heldere prioriteiten en zelfstandige medewerkers. Hoe bereik je dat?

programma

Marc van Eck is mede-oprichter van strategisch marketingadviesbureau Business Openers. Marc is pionier op het gebied van Internal Branding en helpt organisaties bij het veroveren van een unieke en authentieke positie in de markt - met het merk als kompas. Hij werkt voor tal van grote bedrijven als Ahold, ABN AMRO, Heineken en Unilever, maar ook voor organisaties in het publieke domein, zoals de Politie, Belastingdienst en de Consumentenbond.

Karin Sommerer is Manager Marketing & Communicatie van het Stedelijk Museum Amsterdam. Het Stedelijk heeft een voortrekkersrol op het gebied van beeldende kunst en vormgeving en heeft experimenteren hoog in het vaandel staan. Het Stedelijk is bovendien meer dan alleen een collectie en een gebouw - het programmeert meer dan 15 tentoonstellingen per jaar, organiseert (kunstenaars)workshops en lezingen, publiceert boeken en een wetenschappelijk tijdschrift, heeft een bibliotheek, restaurant, winkel - en nog veel meer. Welke merkpositionering past daarbij?

locatie: Stedelijk Museum, Amsterdam
1 november 2017



3 onderdak voor een ontmoeting

Cultuurbezoek wordt steeds vaker een sociale gelegenheid: een ontmoeting, waarbij de authentieke setting belangrijk is (het museum, de bibliotheek, het theater). Van de faciliteiten wordt veel meer verwacht dan vroeger. Van oudsher hebben veel culturele organisaties de horeca en de winkel uitbesteed. Maar als het hoort bij je beleving, hoe organiseer je dat dan optimaal? Hoe zorg je dat mensen bij jouw organisatie willen horen, hoe maak je de verbinding?

programma

Berend Rubingh is van huis uit verandermanager met een voorliefde voor organisaties in de sport en het maatschappelijk middenveld. Zo heeft hij een internationale opleiding ontwikkeld voor stadionmanagers met het oog op grote evenementen zoals de Winterspelen van Sochi (2014) en het WK Voetbal (2018).

Nel Oskam werd in 1977 beleidsmedewerker bij Stichting Schouwburgcomplex Gouda. Daar krom ze op tot directeur/programmeur (1985). In 2014 breidde de stichting uit met Cinema Gouda, een commerciële bioscoop met 6 zalen, op loopafstand van de schouwburg. Recent is de Goudse Schouwburg – met reden - verkozen tot meest gastvrije theater van Nederland.

locatie: Goudse Schouwburg, Gouda

21 november 2017

4 de kracht van een goede lobby

Het politieke krachtenveld is enorm veranderd en datzelfde geldt voor de rol van de media.

Hoe kun je als culturele organisatie in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen meer invloed uitoefenen op politiek en overheid? Wat is belangrijk in je analyse? En wat zijn tips en tricks voor het opstellen van een strategisch public affairs plan?

programma

Frans van Drimmelen is medeoprichter van adviesbureau Dröge & van Drimmelen met vestigingen in Den Haag (26 medewerkers), Brussel (10 medewerkers) en Shanghai (2 medewerkers). In 2014 verscheen van zijn hand het Handboek Public affairs, een open boek over belangenbehartiging en lobbyen. Hij ijvert voor transparantie en professionaliteit in de lobby en is mede-oprichter van de Beroepsvereniging voor Public Affairs.

Marc van Warmerdam is film- en theaterproducent, directeur van muziektheatergezelschap Orkater en van filmproductiemaatschappij Graniet Film. Hij was medeoprichter van Het Ketelhuis, bioscoop voor de Nederlandse Film. Hij nam met Orkater het initiatief de Voedselbank Cultuur op te richten (niet verkochte theater- en bioscoopstoelen worden gratis ter beschikking gesteld aan cliënten van de Voedselbank). Zomer 2016 dreigde Orkater geen subsidie te krijgen ondanks een positief advies. Dat werd deels gerepareerd. Hoe opereerde hij in dit krachtenveld?

locatie: Orkater, Amsterdam

12 december 2017

Deze serie is ontwikkeld door de Academie voor Cultuurmanagement en Cultuur+Ondernemen.

praktisch

U wordt om 15.30 uur ontvangen. Het programma start om 16.00 uur en eindigt om 20.30 uur. Het vindt in twee rondes plaats, rond 17.30 wordt een diner geserveerd. Er wordt gewerkt met diverse werkvormen (colleges, columns, discussies en opdrachten).

doelstelling

U krijgt nieuwe inzichten in de belangrijkste trends en ontwikkelingen. U laat zich inspireren door topdocenten van buiten de sector én door collega's.

groepsamenstelling

Om de hoogste kwaliteit van het programma te kunnen garanderen, is het aantal deelnemers beperkt. Inschrijving geschiedt op volgorde van aanmelding: min. 15 - max. 30.

doelgroep

Ervaren directeuren, managers, bestuurders en toezichhouders.

investering

De prijs voor het volledige programma bedraagt € 1.485,- inclusief catering en literatuur via een digitale leeromgeving.

Deelname aan enkele programmaonderdelen is mogelijk, de investering bedraagt dan € 385,- per avond. Leden van brancheverenigingen die onderdeel uitmaken van de Federatie Cultuur komen in aanmerking voor een korting van 15%.

aanmelden

Aanmelden kan via:

www.academievoorcultuurmanagement.nl
office@academievoorcultuurmanagement.nl

Voor meer informatie:

Marjolein de Boer
06 260 58 404
Karen de Meester
06 292 08 849

Het was een zeer
mooie avond!

Veel om over na te
denken. Dankt

Goed te relateren aan
mijn eigen praktijk.

Het was inspirerend
en food for thought.

Afwisselend,
interactief en
herkenbaar.

Nieuwe wegen om
in te slaan.