**Beleidsplan Het Uien Koor 2018-2023**

1. Het bestaan van een koor is te danken aan de inzet van vrijwilligers, bestuurders en sponsoren.
2. Het Uien Koor heeft daarom een beleidsplan verwoord en stelt dat een goede communicatie bijdraagt aan het bereiken van het uiteindelijke doel en doelstellingen.

De vereniging heeft ten doel het, op een kwalitatief verantwoord niveau, in koorverband zingen van liedjes.

De vereniging probeert dit doel te bereiken door o.a:

* wekelijkse repetities;
* het aanstellen van een bekwame dirigent en muzikanten;
* het verzorgen van door de vereniging georganiseerde optredens;
* het verzorgen van optredens bij door anderen georganiseerde manifestaties.

**Visie (= waar staan we voor):**

Wij staan voor een kwalitatief goed koor, dat onder leiding van een kundige en inspirerende dirigent en met ondersteuning van een combo, wekelijks repeteert. Wij organiseren tenminste tweejaarlijks een optreden voor sponsoren en andere belangstellenden (contactavond). Wij nemen deel aan de jaarlijkse seniorendag en korenfestival. Wij voelen ons maatschappelijk erg betrokken bij de samenleving van Kampen en treden dan ook graag op in o.a. bejaardentehuizen, verpleegtehuizen en andere wooncentra.

**Missie (= waar gaan we voor):**

Wij gaan voor aansprekende en spraakmakende optredens. Wij gaan voor optredens die een enthousiasmerende uitwerking hebben op de bezoekers. Wij willen het gevoel oproepen “in zo’n koor zou ik ook graag willen zingen.

1. **De kwaliteit van het koor:**

Nieuwe leden komen na een maand van proeven en kennismaken bij de dirigent voorzingen voor een stemtest om de stemgroep vast te stellen. Er wordt rekening gehouden met de gewenste verhouding tussen de stemgroepen. De dirigent mag van de koorleden verlangen dat zij, met name bij nieuwe liedjes, thuis de liedjes eens beluisteren en oefenen.

Valkuilen:

* dit kan onzekerheid geven bij potentiele leden, die dan afhaken;
* koorleden die werken hebben niet altijd tijd om thuis te oefenen;
* zijn we wel aantrekkelijk genoeg voor jonge mensen?
1. **De programmering van het koor:**

In het programma van onze optredens moeten verschillende factoren worden meegenomen:

* Het moet aantrekkelijk en een uitdaging zijn voor het koor om het in te studeren en uit te voeren;
* Het moet aansprekend zijn;
* Het moet vernieuwend zijn en dus niet meer van hetzelfde;
* Het moet samenhangend zijn: liefst het publiek meenemen in een boeiende vertelling.

Valkuilen:

* Wat is goede en geschikte muziek?
* Wat is vernieuwend?
* Bestaande tradities worden losgelaten;
1. **Financiële middelen:**

De inkomsten van de vereniging bestaan uit:

* Contributie;
* Baromzet;
* Sponsoren;
* Vergoedingen voor een optreden;
* Gemeentelijke subsidie.

Het aantal leden is vrij constant. Een aantal nieuwe leden is welkom.

We hebben een gering aantal sponsoren. We moeten actiever(sponsorcommissie) potentiele sponsoren gaan benaderen.

De vergoeding voor een optreden is een heikel punt. Van een commerciële organisatie kan een reële vergoeding gevraagd worden. Voor zorgcentra e.d. is dit niet haalbaar. Er is domweg nauwelijks budget hiervoor beschikbaar. De vergoeding zal van geval tot geval bekeken moeten worden.

De gemeentelijke subsidie zal naar te verwachten is op termijn komen te vervallen. Om dit te compenseren hebben we meer sponsoren nodig.

Valkuilen:

* Contributieverhoging kost leden;
* Wanneer het koor te groot wordt, kan een kleinschalig optreden problemen gaan opleveren;
* We rekenen ons rijk met de gemeentelijke subsidie;
* We denken dat alles in het verleden beter en mooier was dan hetgeen nu onafwendbaar op ons afkomt;

De uitgaven van de vereniging bestaan uit:

* Vergoedingen aan dirigent en combo;
* Huur TOG gebouw;
* Aanschaf en onderhoud van apparatuur e.d.;
* Attenties bij bijzondere gebeurtenissen;
* Het organiseren van optredens;

Wat te doen: de bekostiging van de kooractiviteiten is een verantwoordelijkheid van iedereen en dus niet alleen een zaak van de penningmeester of het bestuur.

Verhoging van contributie biedt enig soelaas, maar we zullen daar vooralsnog terughoudend mee zijn.

1. **Het maatschappelijk draagvlak van het koor:**
* Samenwerking met andere koren (Stichting Kamper Koren) geeft verbreding en nieuwe mogelijkheden;
* Willen we verjongen dan zullen we jongeren in ons publiek moeten aantreffen en moeten aanspreken met ons repertoire;
* Alert zijn of we aan bijzondere gebeurtenissen binnen de gemeente en regio een bijdrage kunnen leveren.
1. **Het bestuurlijk draagvlak van het koor:**

Het besturen van de vereniging kent verschillende niveaus.

* Administreren, namelijk van leden, contributies, etc.
* Managen, namelijk van koorrepetities en optredens;
* Besturen: waarnemen wat er om je heen gebeurt, keuzes maken, vooruit denken, duidelijk zijn naar de leden, draagvlak verwerven en de vereniging klaar maken voor de toekomst.

Het besturen van een vereniging lijkt soms (oneerbiedig gezegd) op het rijden met een kruiwagen vol kikkers van A naar B.

De vereniging is niet van het bestuur maar van de leden.

De vereniging heeft actieve leden nodig, waaronder niet alleen bestuursleden, maar ook commissieleden, barmensen, opbouwers, etc.

Valkuilen:

* Gebrek aan bestuursleden en bestuurlijke ervaring;
* Continuïteit van bestuur;
* Het kost soms allemaal best veel tijd.

**We willen een koor zijn waar:**

* Je met plezier heengaat en lekker zingt;
* We met elkaar proberen kwalitatief goede optredens te geven;
* Iedereen zich realiseert een onderdeel te zijn van een groter geheel en bereid is om zich dienstbaar op te stellen;
* Nieuwe leden zich welkom weten;
* Het bestuur samen met de leden de organisatie van optredens en alles wat erbij komt kijken op zich neemt.

**We willen een koor zijn dat:**

* Zich verder wil ontwikkelen.

**Bedreigingen:**

Aantrekkingskracht van andere koren

Naar binnen gerichte instelling van de vereniging

Vergrijzing (zowel leden als combo)

**Kansen:**

Toename potentiele leden

PR activiteiten verbeteren (bijv. jaarlijkse opendag).

**Sterke punten:**

Sociale aspect

Activiteiten die voor de leden georganiseerd worden (optredens)

Stijgend kwaliteitsniveau

**Zwakke punten:**

Open staan voor veranderingen binnen de vereniging (repertoirekeuze)

Middelen die kunnen worden ingezet om de doelstellingen te realiseren.

**Het PR plan:**

Om een goed communicatieklimaat te creëren, vergen een aantal elementen in de vereniging extra aandacht of veranderingen: zoals het inzichtelijk maken van de doelstellingen door het bestuur. Deze vervolgens communiceren met de afzonderlijke commissies.

Met interne communicatie moet het volgende bereikt worden: Motiveren van vrijwilligers, bevorderen van de samenwerking,

**Communicatie en organisatiestructuur.**

De uitgangspunten zijn: korte lijnen van bestuur naar commissies, duidelijke taakafbakening bestuur en commissies. Beleidsvoorbereiding taak van het bestuur en de uitvoering bij commissies en vergaande delegatie verantwoordelijkheid naar de commissies. De vereniging werkt met een platte organisatiestructuur.

**Algemene Verordening Gegevensbescherming:**

Er zullen stappen worden gezet om aan de nieuwe wettelijke regeling te voldoen.

**“De gewenste situatie over 5 jaar”**

**Plaats in de samenleving.**

Het Uien Koor is een vereniging die openstaat voor iedereen uit de samenleving. We hebben als doel dat elk lid zich in onze vereniging veilig voelt en dat ongewenst gedrag tegengegaan wordt. Een vertrouwenspersoon zou hierin een centrale rol kunnen spelen.

**Aantal leden.**

De vereniging heeft minimaal 40 leden en maximaal 55 leden. Wanneer wij op het genoemde ledenaantal zitten, kunnen vaste lasten van de vereniging op een verantwoorde manier gedragen worden.

**Financiën.**

De vereniging beschikt over een transparante en sluitende begroting. Er is een financieel beheer, waarin samenspraak met alle commissies, de jaarlijkse begroting wordt opgesteld.

Er is een verantwoord contributiebeleid.

**Communicatie:**

Er is een goede en duidelijke communicatie tussen bestuur en de commissies in de vereniging. Elke commissie heeft een vertegenwoordiger/contactpersoon in het bestuur. De communicatie naar de koorleden verloopt via de website hetuienkoor.nl en de nieuwsbrief. De externe communicatie is in handen van twee personen waaronder de voorzitter. Deze verzorgen de PR activiteiten naar de pers. Er is een goede communicatie met de Gemeente Kampen en andere koren (Stichting Kamper Koren).

**Sponsering.**

Het sponsorgeld wordt in principe niet gebruikt voor de dekking van de vaste kosten. Het bestuur zorgt, samen met de leden, voor het vinden van nieuwe sponsoren. Voor sponsoren worden activiteiten verricht om zo de betrokkenheid te vergroten.