



**Beleidsplan
Stichting Glaskunst
2025-2026**

31-12-2024

*Stichting Glaskunst
Burg.v.d.Feltzlaan 17
8162 MA Epe
secretaris@stichtingglaskunst.nl
KvK nr: 08144141
RSIN: 815735340*

Inhoud

1	Inleiding.....	3
2	Doelstellingen	3
3	Strategie	3
4	Activiteiten cq glaskunstenars expositie	4
5	Toekomst	4
6	Organisatie	5
6.1	Bestuur.....	5
6.2	Commissies en vrijwilligers.....	5
7	PR.....	6
8	Financiën.....	8

1 Inleiding

In maart 2024 hebben we als nieuw bestuur voor de eerste keer de glaskunsttentoonstelling in kasteel Cannenburg georganiseerd. Er waren hiervoor door het vorige bestuur 15 tentoonstellingen georganiseerd. Met de werkwijze en materialen waar het eerdere bestuur mee werkte hebben we in eerste instantie "voortgewerkt". We hebben eerste aanpassingen gedaan aan contracten etc. Ook zijn we begonnen "een eigen stijl" te ontwikkelen.

Deze eerste keer kwamen we veel onduidelijkheden tegen. Ook financieel hadden we weinig om op terug te vallen, lastig begroten en tijdens discussies en bij besluitvorming misten we financiële grip.

We hebben het hele proces nu een keer zelf doorlopen en kunnen voor de komende periode een aantal nieuwe keuzen maken.

We hebben de bezoekersaantallen van de vorige tentoonstelling overtroffen. Vorige tentoonstelling zou de laatste zijn en die had daardoor al hogere bezoekersaantallen.

Ook de verkoop is goed gegaan.

De onderlinge samenwerking binnen het bestuur, de samenwerking met de vrijwilligers en de samenwerking met de vrijwilligers en professionals van Geldersch Landschap & Kasteelen (GLK) is goed verlopen.

Ook de samenwerking met de Vereniging van Vrienden van Modern Glas (VVMG) is goed gegaan.

2 Doelstellingen

De doelstellingen volgens de statuten:

1. De stichting heeft ten doel: het promoten van glaskunst in de ruimste zin van het woord en het vergroten van de waardering en bewustwording voor deze kunst, en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords.
2. De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door het organiseren van evenementen, demonstraties en exposities alsmede het houden van lezingen over glaskunst.

De stichting maakt het door het organiseren van een jaarlijkse glaskunst expositie mogelijk om ieder jaar een 15 a 20 glaskunstenaars een podium te geven om contact te leggen met liefhebbers van de glaskunst en bekend te worden en te blijven in de wereld van de glaskunst.

3 Strategie

Bij de nieuwe opzet van de glaskunsttentoonstelling (start april 2023 nieuw bestuur) zijn een aantal uitgangspunten benoemd:

- Glaskunst van kunstenaars uit binnen- en buitenland zo breed mogelijk promoten;

- Opzet in samenwerking met VVMG;
- Een podium bieden aan "startende kunstenaars";
- Gebruikmaken van de unieke locatie van kasteel de Cannenburch. De geschiedenis van het kasteel en zijn bewoners;
- Goede samenwerking met GLK.

Onze ambitie voor de komende tentoonstelling is in eerste instantie het vasthouden en vergroten van de bezoekersaantallen. Vanzelfsprekend behouden we graag de goede onderlinge samenwerking en een goede samenwerking met VVMG en GLK.

4 Activiteiten cq glaskunstenaars expositie

Bij de keuze van de glaskunstenaars streven we naar diversiteit; zowel beginnende als gearriveerde glaskunstenaars. Als "kapstok" gebruiken we de lijst met kunstenaars die eerder door een professionele jury uitgezocht zijn om het ledenobject voor de VVMG te maken. Uit deze lijst benaderen we kunstenaars die werk maken dat past bij het thema van de tentoonstelling. Deze kunstenaars vragen we ook om eventueel namen van andere passende kunstenaars voor te dragen. In 2024 was het thema van de tentoonstelling: Glas Verstild Water. Voor 2025 is het thema: Stof en Structuur in Glas. Verder vragen we voor 2025 weer een opleiding om studenten werk te laten zien. Afgelopen keer kregen we, naast eerdergenoemde, ook werk uit het Nationaal Glasmuseum in Leerdam en werk uit privécollecties in bruikleen. Werk dat paste bij het thema van de tentoonstelling. We zoeken naar een verscheidenheid in verschillende technieken: Voor de vlam geblazen, aan de oven geblazen, in de oven gevormd, fusing, Pâte de Verre, etc. Bij de keuze van de te presenteren werken kijken we verder ook naar verscheidenheid in verkoopmogelijkheden, dus ook betaalbare kunst.

5 Toekomst

Wat betreft de inrichting streven we naar vernieuwing en professionalisering. Komend jaar gaan we investeren in vernieuwing/keuze voor een nieuwe presentatie. Sokkels/systemen/tafels/plateaus. We kiezen voor een systeem waar we de komende jaren verder in kunnen investeren en daarmee toch eenvormigheid kunnen verkrijgen. Idee: steigerbuizen/materialen.

Afgelopen jaar konden we niet overzien hoeveel budget we hadden voor onder andere marketing en communicatie. We hadden geen plan. We streven ernaar voor de komende tentoonstelling een marketingplan te maken en hier ook in de begroting geld voor te reserveren.

Het organiseren van lezingen, presentaties, kleine glaskunstbeurzen, maar ook andere activiteiten tijdens de tentoonstelling (muziek, technische presentaties etc.) heeft nog geen vorm. Er zijn veel ideeën en mogelijkheden. Dan bestaat er ook nog de mogelijkheid om buiten de tentoonstellingstijd activiteiten rondom glaskunst te organiseren, ook in samenwerking met derden.

Uiteindelijk streven we naar een professionele upgradering van de tentoonstelling en hopen hiermee een goede naam binnen de Nederlandse glaskunstwereld te behouden/verwerven.

6 Organisatie

Het bestuur bestaat op dit moment uit 5 bestuursleden. Een voorzitter, een secretaris, een penningmeester en 2 algemene bestuursleden die zich bezighouden met PR, marketing en andere ondersteunende activiteiten.

Het postadres van de stichting is:

Stichting Glaskunst
Burg.v.d.Feltzlaan 17
8162 MA Epe
secretaris@stichtingglaskunst.nl
KvK nr: 08144141

De gebruikte emailadressen zijn:
voorzitter@stichtingglaskunst.nl
secretaris@stichtingglaskunst.nl
penningmeester@stichtingglaskunst.nl
pr@stichtingglaskunst.nl
bestuurslid@stichtingglaskunst.nl

6.1 Bestuur

Uit welke personen is het bestuur opgebouwd. Is het bestuur onbezoldigd of ontvangen zij een vergoeding voor hun werkzaamheden. Is het bestuur onafhankelijk en heeft het bestuur een onafhankelijke voorzitter. Wat zijn de namen van de bestuursleden en wat is de rolverdeling.

Voorzitter: *dhr. R.I. Laagland*
Penningmeester: *mevr. T.E. van Helden-Kuiper*
Secretaris: *dhr. R.J.A. Geurts*
Bestuurslid: *mevr. J.J.M. Kemper-van de Laar*
Bestuurslid: *dhr. F. Andringa*

6.2 Commissies en vrijwilligers

Naast het onbezoldigde bestuur, heeft de stichting glaskunst tal van vrijwilligers. De coördinatie en aansturing van de vrijwilligers gebeurt door bestuursleden. Deze zijn in te delen in twee groepen. Een aantal van deze vrijwilligers combineert taken in een dubbelfunctie.

Tijdens expositie:

- Gastvrouwen en gastheren, voor ontvangst bezoekers gasten, toezicht, hulp bij verkoop en geven toelichting over de getoonde stukken;
- Rondleiders. Op aanvraag het geven van rondleidingen met uitleg over de glaskunstobjecten en de glasexpositie.

Bij de voorbereiding van de expositie (gedurende het hele jaar):

- Social Media en PR/marketing – o.a. het posten van berichten en het helpen schrijven/ redigeren van teksten en het maken van foto's voor website en catalogus en flyer;
- Administratief gebied – helpen met plannen/lijsten/roosters/bordjes maken;
- Praktische ondersteuners. Voor het maken van materialen, het naaiwerk, het strijken van doeken, sjouwen van sokkels en materialen van de zolder naar de diverse ruimten voor de expositie. Ondersteunen en begeleiden van kunstenaars tijdens opbouw/afbreken. Aansluiten van verlichting en uitlichten van de glasstukken. Verzorgen van catering.

In de voorbereidingsfase van de expositie worden de vrijwilligers meegenomen in de plannen voor de komende expositie, krijgen uitleg over de diverse glasstukken en kunstenaars. En kort voor de expositie een rondleiding. Naast de vrijwilligers van de Stichting Glaskunst werken we nauw en prettig samen met een aantal personeelsleden van kasteel Cannenburch, de huismeester voor de technische zaken en de vele vrijwilligers van kasteel Cannenburch. Ook zij worden kort voor de opening uitgenodigd voor een rondleiding.

7 Marketing en Public Relations

Public Relations en marketingactiviteiten van de Stichting Glaskunst mogen gezien worden als één van de visitekaartjes van de glasexpositie in Kasteel Cannenburch. We richten ons op verschillende typen bezoekers.

- Liefhebbers van glaskunst en kunst in het algemeen.
- Liefhebbers/volgers van het Kasteel/GLK;
- Museum Jaarkaart bezitters;
- Bezoekers uit de regio;
- Bezoekers via sponsoren, interesse kweken om liefhebber te worden.

Bij alle marketing en PR plannen, ideeën, etc is het van belang om het doel goed onder ogen te hebben en je te richten op drie vragen.

- Wat wil je vertellen?
- Welke boodschap geef je mee?
- En aan wie?

De bezoekers van de afgelopen exposities enthousiasmeren om weer te komen is belangrijk en nieuwe bezoekers te motiveren de expositie te bezoeken. De expositiebezoeker is het uitgangspunt voor alle facetten van marketing/PR, zoals: publicaties, flyer, catalogus, website, nieuwsbrief, advertenties, sponsering, Social Media, Radio/TV enz. In overleg met GLK kijken we tot welke capaciteit we in bezoekersaantallen kunnen groeien. In de begroting is voor marketing/PR een budget per jaar beschikbaar. Met GLK is ook overleg om bij advertenties/publicaties samen op te trekken.

Publicaties

In het kader van de samenwerking met de VVMG komt er jaarlijks in Glas (het magazine van de VVMG) nr 4 een artikel met de aankondiging van de nieuwe expositie en een advertentie. In Glas nr 1 weer een en een advertentie. In Glas nr 2 komt een terugblik op de expositie. Ook voor het Duitse magazine Neues

Glass nr 4 en nr 1 wordt een artikel en passende foto's ingestuurd. Het GLK zorgt voor publicatie in het blad Mooi. Ook naar regionale kranten worden artikelen gestuurd voor publicatie.

Voor het verspreiden van het persbericht en foto's is er een adreslijst met de deadlines erbij. Bij museale bladen loopt dit via het GLK. We kijken ook naar adverteerders in relevante bladen. De expositie aankondiging wordt geplaatst op de website van MJK, GLK, VVMG en VVV kalenders.

Voor publicaties vragen we aan de kunstenaar een aantal foto's in hoge resolutie.

Flyer/spandoek

Elk jaar in augustus maken we een keuze uit de dan al bekende kunstenaars met de vraag naar foto's van hun werk voor publicatiedoeleinden. We ontwerpen een flyer met heading, QR code, gegevens van de stichting, data en de titel van de komende expositie. We laten 5000 flyers drukken. De flyer wordt verspreid in Kasteel Cannenburch, op Glasgerichte activiteiten in het najaar/winter zoals o.a. de Leerdammer Glasdagen en de Glaskunstbeurs Zutphen. Tevens bij een aantal musea, alle deelnemende kunstenaars, glasopleidingen in Nederland en België en via VVV en bibliotheek in de regio.

Aan de straatkant voor het kasteel komt een spandoek te hangen met de afbeelding van de flyer/catalogusvoorzijde.

Nieuwsbrief

Onze nieuwsbrief wordt in januari, maart, mei en oktober verstuurd naar ongeveer 3200 adressen. De expositie wordt vermeld in de nieuwsbrieven van de VVMG en MJK.

Catalogus

De catalogus is een belangrijk visite kaartje, formaat 17 x24 cm, cover van 4 pagina's met binnenwerk. 2 pagina's per kunstenaar 1 fotopagina en 1 tekstpagina. Daarnaast worden advertenties verkocht voor 1 hele, 1/2 of een 1/4 pagina

Website

De stichting glaskunst heeft een eigen website (www.stichtingglaskunst.nl). De website geeft actuele informatie over de komende expositie en de gebeurtenissen van de afgelopen jaren. Op de site vindt de bezoeker de benodigde informatie. Ook is er een link (in de periode van de kaartreserveringen) naar de site van GLK om de kaartverkoop te bevorderen.

Advertenties

Vanuit het marketing/PR budget kunnen we advertentieruimte kopen of advertenties plaatsen. Mogelijk ook in samenwerking met GLK, waardoor we de kosten kunnen delen. Dit kan in glasgerichte bladen/catalogi of in kunstgerichte bladen.

Social Media

Op de facebookpagina van de stichting worden volgens plan berichten gepost en artikelen geplaatst.

Planning:

Oktober/november: aankondiging met datum en thema;

December/maart: x aantal berichten met naam, uitleg en foto van werk kunstenaars;

Begin maart: filmpje en artikeltje van de opening;
Tijdens de expositie: een foto o.i.d.;
Begin april een bedankje naar de bezoekers voor de komst naar de expositie.

Naast facebook wordt in 2025 een start gemaakt met Instragam. De berichten worden gedeeld via Glas gerelateerde sites, Vaassen Actief en via de deelnemende kunstenaars.
Er worden op aanvraag radio-interviews gegeven.

8 Financiën

De stichting heeft geen winstoogmerk. Zij doet dit voor de glaskunst cq glaskunstenaars. Het mooie ambacht verdient blijvende ondersteuning en heeft dit ook nodig.

Met relatief beperkte kosten (€18.000 à €20.000) per jaar organiseert de stichting dit grote evenement.

Inkomsten

Vanuit subsidies is er een kleine bijdrage van derden. De bijdrage van het GLK is de grootste inkomstenbron vanuit de entreegelden. Verder zijn er inkomsten uit advertenties in de expositiecatalogus en inkomsten uit de bemiddeling bij verkoop van glaskunstobjecten.

Uitgaven

Het organiseren brengt de nodige kosten met zich mee. De jaarlijkse brochure is een flinke uitgave. Daarnaast de diverse reclame en promotiekosten. De onvermijdelijke verzekeringen zijn afgesloten. Er is veel aandacht voor vrijwilligers via bijeenkomsten en bedankjes. De bestuursleden die op afstand wonen krijgen een vergoeding voor gemaakte reiskosten. Er is een mogelijkheid om gemaakte representatiekosten (bijvoorbeeld voor de vrijwilligers bijeenkomsten) te declareren. Er zijn geen andere vergoedingen of betalingen aan bestuursleden.