Beleidsplan
Stichting Glaskunst
2027-2032

25-10-2026

Stichting Glaskunst
Teunis van Lohuizenstraat 34
8172 XL Vaassen
secretaris@stichtingglaskunst.nl
KvK nr: 08144141
RSIN: 815735340

Inhoud:

1 Inleiding 3
2 Doelstellingen 3
3 Strategie 3
4 Activiteiten glaskunstexpositie 4
5 Toekomst 4
6 Organisatie 5
6.1 Bestuur 5
6.2 Commissies en vrijwilligers 5
7 Marketing en Public Relations 6
8 Financiën 7
9 Afronding 8

1 Inleiding

In april 2023 zijn wij als nieuw bestuur van Stichting Glaskunst gestart en in maart 2026 hebben wij onze derde glaskunsttentoonstelling in Kasteel Cannenburch georganiseerd.
Op basis van de opgedane eigen ervaringen en de positieve respons kunnen we stellen dat er een degelijk fundament is gelegd waarop we graag verder bouwen.

De verstandhouding binnen het, in september 2026,vernieuwde bestuur, de omgang met de vrijwilligers en de samenwerking met de professionals en de vrijwilligers van Geldersch Landschap & Kastelen (GLK) loopt goed.
Ook de samenwerking met de Vereniging van Vrienden van Modern Glas (VVMG) is positief.

2 Doelstellingen

De doelstelling volgens de statuten:
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.

De stichting verwezenlijkt deze doelstelling door het organiseren van evenementen, demonstraties en exposities alsmede het houden van lezingen over glaskunst.
Deze doelstelling krijgt met name vorm in het organiseren van een jaarlijkse glaskunstexpositie door 15 à 20 Nederlandse en Internationale glaskunstenaars een podium te geven om zo contact te leggen met liefhebbers van de glaskunst en bekend te worden en te blijven in de wereld van de glaskuns

3 Strategie

Bij de nieuwe opzet van de glaskunsttentoonstellingen is een aantal uitgangspunten geformuleerd:

- Glaskunst van kunstenaars uit binnen- en buitenland zo breed mogelijk promoten;
- Een podium bieden aan startende kunstenaars;
- Gebruikmaken van de unieke locatie, de geschiedenis en de bewoners van kasteel Cannenburch;
- Goede samenwerking met GLK.

Onze ambitie voor de komende vijf jaar is het vasthouden van de huidige bezoekersaantallen en deze in samenspraak met de GLK beheersbaar te laten groeien.
Vanzelfsprekend behouden we graag de goede onderlinge samenwerking en een goede samenwerking met VVMG en GLK.

4 Activiteiten glaskunstexpositie

Bij de keuze van de glaskunstenaars streven we naar diversiteit van zowel beginnende als gearriveerde glaskunstenaars.
We maken oa. gebruik van de lijst met kunstenaars die eerder door een professionele jury zijn geselecteerd. Uit dit overzicht benaderen we kunstenaars die werk maken dat past bij het thema van de tentoonstelling. Daarnaast volgen we eindexamen kandidaten van de verschillende glas en kunstopleidingen en kijken kunstnaars welke de afgelopen jaren een stipendium hebben ontvangen.

We zoeken naar een verscheidenheid in de 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 ook naar de verkoopbaarheid, dus ook betaalbare kunst.

Het thema voor 2026 was ‘Natuur in Glas”. De strategie van selectie heeft geresulteerd in ongeveer 5500 bezoekers en een positief verkoopresultaat en tevreden kunstenaars. Hierom zetten we deze wijze van programmering door.

5 Toekomst

Met de inrichting streven we naar vernieuwing en professionalisering. We verwachten veel van de totaal geoptimaliseerde manier van presenteren.
We weten zeker dat dit de glaskunst beter tot zijn recht laat komen.
Naar aanleiding van de reacties van kunstenaars en bezoekers blijven we dit optimaliseren.

We continueren onze investeren in ons marketingplan en kunnen externe specialisten, wanneer nodig, om advies vragen.

Tijdens de glasexpositie zijn er lezingen, presentaties, en andere activiteiten (Theater, dans, muziek, technische presentaties etc.) mogelijk.
We blijven naar de goede mix hiervan zoeken. Er zijn veel ideeën en mogelijkheden om ook vanuit de directe omgeving mensen te benaderen en hiermee nieuwe belangstelling te krijgen.

Het streven is dat we een professionele uitstraling hebben en hiermee de goede naam binnen de Nederlandse glaskunstwereld behouden .

Door het gezamenlijke interesse gebied is samenwerking met andere stichtingen en organisaties noodzakelijk, waaronder de VVMG en de stichting Modern Glas.

6 Organisatie

Het bestuur bestaat op dit moment uit vier bestuursleden: een (ad-interim voorzitter, een secretaris, een penningmeester en een algemene bestuurslid die zich bezighoudt met andere ondersteunende activiteiten. De bestuursleden ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden. Het bestuur is onafhankelijk en heeft een onafhankelijke voorzitter.

Het postadres van de stichting is:
Stichting Glaskunst
Teunis van Lohuizenstraat 34
8172 XL Vaassen
secretaris@stichtingglaskunst.nl

KvK-nr: 08144141

De gebruikte e-mailadressen door bestuursleden zijn:
voorzitter@stichtingglaskunst.nl
secretaris@stichtingglaskunst.nl
penningmeester@stichtingglaskunst.nl
algemeen-bestuurslid@stichtingglaskunst.nl
bestuurslid@stichtingglaskunst.nl

daarnaast wordt er voor de PR gebruikt.
pr@stichtingglaskunst.nl
social@stichtingglaskunst.nl

6.1 Bestuur

De volgende personen vervullen een bestuursfunctie:
Voorzitter (ad-interim) : *mw. L. Wessel*
Penningmeester : *dhr. R. Roovers*
Secretaris : *mw. T.E. van Helden-Kuiper*
Algemeen -Bestuurslid : dhr. R.Pieper

6.2 Commissies en vrijwilligers

Naast het onbezoldigde bestuur, heeft de Stichting Glaskunst een veertig tal vrijwilligers die ondersteunen bij de voorbereiding van de expositie en/of tijdens de expositie. De coördinatie en aansturing van de vrijwilligers gebeurt door bestuursleden.

Tijdens expositie:

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

In de voorbereidingsfase van de expositie worden de vrijwilligers meegenomen in de plannen voor de komende expositie, krijgen zij uitleg over de diverse glasstukken en kunstenaars. En kort voor de expositie is er voor hen een rondleiding. Naast de vrijwilligers van de Stichting Glaskunst werken we nauw en prettig samen met 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 zijn de externe presentaties van onze Glasexpositie en zien we als een van de visitekaartjes van de glasexpositie in Kasteel Cannenburch.
Met name onze catalogus is hierin belangrijk.

We richten ons op verschillende typen bezoekers:

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

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.

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 artikel en een advertentie. Het GLK zorgt voor publicatie in het blad Mooi. Ook naar regionale kranten worden artikelen gestuurd voor publicatie. Met lokale TV en radio interviews willen we bekendheid verwerven.

De expositie aankondiging wordt geplaatst op de website van MK, GLK, VVMG en regionaal activiteiten kalender en VVV-kalenders.
Voor publicaties vragen we aan de kunstenaar een aantal foto’s in hoge resolutie.

Flyer/spandoek

In augustus vragen we aan de dan al gekozen kunstenaars 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 7500 flyers drukken. De flyer wordt verspreid in Kasteel Cannenburch, op Glasgerichte activiteiten in het najaar/winter zoals: de Leerdammer Glasdagen, glasrijk Tubbergen en de Glaskunstbeurs Zutphen, bij een aantal musea en onder alle deelnemende kunstenaars, glasopleidingen in Nederland en België en via de 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 november verstuurd naar ongeveer 3200 adressen. De expositie wordt vermeld in de nieuwsbrieven van de VVMG en MK.

Catalogus
De catalogus is een belangrijk visitekaartje, in het formaat 17x24 cm, cover van 4 pagina's met binnenwerk. 2 pagina's per kunstenaar 1 fotopagina en 1 tekstpagina. De hieraan verbonden kosten zijn voor de stichting hoog, echter we beschouwen dit als een goede presentatie vorm.

Website
De Stichting Glaskunst heeft een eigen website www.stichtingglaskunst.nl. De website geeft actuele informatie over de gebeurtenissen van de afgelopen jaren en de komende expositie. Op de site vindt de bezoeker de benodigde informatie. Ook is er een link (in de periode van de kaart reserveringen) naar de site van GLK om de kaartverkoop te bevorderen. We denken na hoe de website om meer manieren ingezet kan worden.

Social Media
Aangezien deze communicatievorm steeds belangrijker wordt in onze maatschappij gaan we hierin mee. We onderzoeken de nieuwe vormen hierin. Op de facebookpagina en instagram van de Stichting worden volgens plan berichten en artikelen geplaatst.

8 Financiën

De stichting heeft geen winstoogmerk. Zij doet dit voor de beleving van glaskunst en de glaskunstenaars. Het mooie ambacht verdient blijvende ondersteuning waarvoor wij ons inzetten.
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 drie participanten. In verband met de continuïteit zoeken we hierin uitbreiding.

De grootste inkomstenbron is vanuit GLK 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 grote uitgavenpost. Daarnaast zijn er reclame- en promotiekosten en de noodzakelijke verzekeringen. 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 vrijwilligersbijeenkomsten) te declareren.

9 Afronding.

Voor de komende jaren kunnen we putten uit onze goede ervaringen van de afgelopen 3 exposities, hierdoor zien we de toekomst voor onze stichting Glaskunst met vertrouwen tegemoet.
Het blijft ieder jaar weer een grote uitdaging, die we met hulp van onze onmisbare vrijwilligers, met plezier aangaan.