



WIJ ZIJN GROEN ENGEL

Hét cultuurpodium van Zuid-Nederland

WIJ ZIJN GROENE ENGEL

- het cultuurpodium van Zuid-Nederland

Oss, 31 maart 2025

'Het Fonds Podiumkunsten is positief over de focus op het belang van minder vanzelfsprekende ontmoetingen en het doorbreken van oude patronen via vernieuwende cultuurvormen'

Advies landelijke Podiumregeling 2025-2029 – Fonds Podiumkunsten

'Vanaf de oprichting tot nu zijn er een miljoen bezoekers geweest en er zijn zeker 10.000 evenementen geweest'

Brabants Dagblad

'In 2018 stonden we in de finale van de Grote Prijs van Nederland in poptempel Paradiso. Dit was ons nooit gelukt als we niet de kans kregen die eerste show te spelen in 2014 bij Groene Engel - toen waren we nog niet eens voorzien van een bassist!'

Muzikant Jules Trum (Mexican Surf)

VOORAF

Groene Engel is uniek in zijn soort voor Nederland.¹ Het podium is popzaal, vlakkevloertheater, filmhuis, broedplaats, ontmoetingscentrum, leerschool en een vrijplaats in één. Deze smeltkroes maakt Groene Engel tot een levendig en veelzijdig **cultuurpodium**.

Cultuur beweegt: het maken, verspreiden en beleven van cultuur is voortdurend aan verandering onderhevig. Dat laat zich niet vangen in vakjes of genres. Oude scheidslijnen vervagen; mainstream en subcultuur, hoge of lage cultuur – zij beïnvloeden elkaar en vloeien in elkaar over.² Een onderscheidend profiel voor een cultuurpodium als Groene Engel vraagt om een sterke focus op **missiegedreven** programmering. Daarmee krijgt het podium de smoel die het verdient. Groene Engel heeft zijn voelsprietten uitstaan in de gemeenschap. Karakteristieke kernwaarden die het podium onderscheidend maken zijn: **authenticiteit, gemeenschapszin en kwaliteit**. Zij laden het inhoudelijk profiel. Onze nieuwe programmalijnen richten zich op impact in de lokale samenleving en versterken Groene Engel als podium voor iedereen.

Een cultuurpodium in Oss is ook geen sinecure: Groene Engel past als een handschoen binnen het culturele voorzieningenaanbod van de stad. Sta-concerten en dance-avonden die bijdragen aan een florerende nachtcultuur, vooruitstrevende muziekfestivals, maatschappelijk geëngageerde film, schurende theatervoorstellingen in het vlakkevloertheater en debatavonden in een informele setting zijn **complementair** aan de culturele rijkdom binnen de gemeentegrenzen. Als cultuurpodium draagt Groene Engel bij aan een levendige binnenstad en vormt het een **essentiële schakel** in grootstedelijke programma's. In combinatie met de informele sfeer zijn we een vliegwiel voor (de eerste) kennismaking met cultuur. Groene Engel staat garant voor **verbinding, ontmoeting** en **pluriformiteit**. Dit sluit naadloos aan bij de culturele ambities van BrabantStad³ en de beleidspijlers⁴ van de stedelijke cultuurnota *Cultuur verbindt OnSS*.

Na de coronapandemie is de omzet geoptimaliseerd onder aanvoering van mainstreamprogrammering. Ook is de bedrijfsvoering verder geprofessionaliseerd. De horeca is een bron van inkomsten voor de ideële exploitatie. Er is groen licht om het monumentale pand de toekomst in te katapulteren met investeringen in infrastructuur, *hospitality* en energiebesparende interventies. Het cultuurpodium mikt jaarlijks op *grosso modo* 45.000 bezoekers. Dit harde cijfer is commercieel gedreven: uit een analyse met het Cultureel Doelgroepen Model blijkt dat de publiekssamenstelling van Groene Engel representatief is voor de bevolkingssamenstelling van Oss.⁵

Vanuit maatschappelijk oogpunt is het Groene Engel er alles aan gelegen om in de nabije toekomst de informaliteit die het podium uitstraalt optimaal te benutten en een plek te zijn voor iedereen: divers, inclusief en open. Onze vrijwilligers zijn een belangrijke basisvoorziening van het podium. Zij werken zij aan zij met onze vaste kern van medewerkers om Groene Engel tot een succes te maken.

Dag in en dag uit werken wij als team samen met een vaste schare vrijwilligers aan het versterken van onze kernwaarden:

- **sociale cohesie (leefbaarheid)**
- **community building (gemeenschapszin en verbinding)**
- **kwaliteit (professionaliteit en integriteit)**
- **authenticiteit (oorspronkelijk)**
- **vooruitstrevend & ondernemend**
- **verrijken (impact op bands, publiek, vrijwilligers, personeel)**
- **van -en voor iedereen uit Oss**
- **ontmoeten (thuiskomen, samenkomen, meerstemmig)**

¹ Nederland telt vier cultuurpodia: Cultuurpodium Groene Engel, Podium 't Beest Goes, Cultuurpodium Gigant Apeldoorn en Podium de Dru Industrie Park Ulf

² Bron Raad voor Cultuur: www.raadvoorcultuur.nl/binaries/raadvoorcultuur/documenten/adviezen/2017/11/29/verkenning-cultuur-voor-stad-land-en-regio/Verkenning+Cultuur+voor+stad%2C+land+en+regio.pdf

³ Brabant Stad – Samenwerking provincie en zeven grootste steden

⁴ Beleidspijlers: (1) behoud van een vitale culturele infrastructuur; (2) cultuur verbindt

⁵ Het Cultureel Doelgroepenmodel: Cultuurpubliek in kaart



INHOUDSOPGAVE

1	Aanleiding	5
2	Aanpak & verantwoording	5
3	Koerswijzigingen	6
4	Wij zijn Groene Engel	7
	4.1 onze missie & visie	7
	4.2 onze kernactiviteiten	7
5	Artistieke positie	8
	5.1 programmasamenstelling	8
	5.2 programmapijlers	10
6	Programmalijnen	10
7	Onze signatuur (programmalijnen en programmaraster)	10
	7.1 wij brengen mensen samen (mainstream)	10
	7.2 wij doen het samen met de stad (mainstream)	12
	7.3 bij ons ben je verbonden (meerwaarde)	12
	7.4 wij helpen ideeën vooruit (meerwaarde)	13
	7.5 maak kennis met ons (meerwaarde)	14
	7.6 het podium ben jij (maatschappelijk)	14
	7.7 bij ons kom je thuis (maatschappelijk)	16
8	Programma & publieksstrategie	17
	8.1 horizontale programmering	17
	8.2 publiekvisie & impact	17
	8.3 voor jongeren, door jongeren	18
	8.4 kapitaalkrachtige bezoekers	19
	8.5 abonnementhouders	19
	8.6 Cultuurlokaal & Third Place	19
	8.7 diversiteit bestuur	19
9	Verdienstrategie	21
	9.1 de basis op orde	21
	9.2 versterken en verdienen	22
	9.3 cultureel & maatschappelijk	23
	9.4 fondsenwerving & sponsoring	25
10	Tot slot	25
11	Bronnen	27
	Bijlagen	29

1 AANLEIDING

In 2017 concludeerde BMC dat Groene Engel potentie heeft om uit te groeien tot een **beeldbepalend cultuurpodium** in de gemeente Oss door het programmeringsprofiel te verruimen van een *niche* naar een breder publiek en de organisatie te (her)structureren. Met het businessplan **Met volle kracht vooruit** is in 2020 een eerste aanzet gemaakt in de uitvoering van een strategische koers. Het plan is destijds omarmd door de politiek in Oss en binnen de organisatie stonden de neuzen ook dezelfde kant op. Een vliegende start kwam in een duikvlucht terecht door corona. Door de pandemie heeft Groene Engel leergeld betaald: de positie van het cultuurpodium liep niet in de pas met het businessplan. Inflatie en stijgende energiekosten hebben de organisatie in de verdrukking gebracht en de omvang van de exploitatiesubsidie bleek ontoereikend om te renderen.

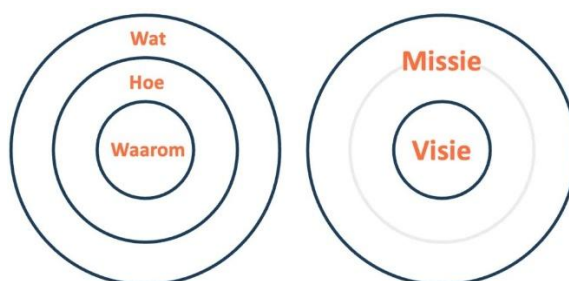
De gemeente Oss heeft tot en met 2024 de exploitatie sluitend gemaakt door (extra) incidentele subsidie te beschikken. Volgens de Firma Doen en Laten (maart 2024) is Groene Engel zonder structurele subsidieverhoging niet levensvatbaar als professioneel podium. Tijdens de raadsvergadering van 7 november 2024 heeft de gemeenteraad amendement A9 van Ballegooij en van Kilsdonk aangenomen. Dit amendement sorteert voor op een jaarlijks (aanvullende) bijdrage van maximaal € 250.000 op de huidige exploitatiesubsidie. In het tweede kwartaal van 2025 besluit de gemeente over de subsidieverhoging, op voorwaarde dat Groene Engel een onderscheidend programmeringsprofiel presenteert ten opzichte van andere culturele instellingen in Oss.

In december 2024 is Jan Baanstra van het team **Cultuuradvies op maat** van Kunstloc Brabant⁶ aangetrokken om Groene Engel te begeleiden voor deze positioneringspropositie: **WIJ ZIJN GROENE ENGEL**.

2 AANPAK & VERANTWOORDING

Cultuuradvies op maat van Kunstloc Brabant is in december 2024 gestart met het analyseren van beleidsdocumentatie, jaarrekeningen, begrotingen en businessplannen van Groene Engel.⁷ Op basis van deze beleidsdocumentatie is een SWOT-matrix gemaakt voor intern gebruik, aangevuld met een overzicht van trends en ontwikkelingen binnen de muziek- en theatersector in Nederland.

In opdracht van de Gemeente Oss is de positie van Groene Engel in samenhang met het culturele voorzieningenaanbod in Oss geanalyseerd. De resultaten van deze analyse zijn gebruikt bij de totstandkoming van deze positioneringspropositie. Het publiek van Groene Engel is geanalyseerd met behulp van het **Cultureel Doelgroepen Model**⁸ van Rotterdam Festivals.



Onder leiding van Jan Baanstra zijn in het eerste kwartaal van 2025 vier sessies georganiseerd met een **brede vertegenwoordiging** vanuit Groene Engel, bestaande uit bestuursleden, medewerkers en vrijwilligers.⁹ Tijdens

⁶ Kunstloc Brabant - Cultuuradvies op maat

⁷ Alle rapportages en uitgaven die meegewogen zijn bij het positioneringsvoorstel zijn vermeld in hoofdstuk 10

⁸ Het Cultureel Doelgroepenmodel: Cultuurpubliek in kaart

⁹ In hoofdstuk 10 is een lijst van participanten ingesloten

de bijeenkomsten zijn (1) de visie, (2) het programmeringsprofiel, (3) strategische doelen en de (4) omgeving van Groene Engel aan de orde gekomen. Voor visievorming en profilering is de methodiek van de *Golden Circle*¹⁰ van Simon Sinek als leidend principe gebruikt. De *Golden Circle* bestaat uit drie concentrische cirkels:

- **Waarom (Why):** de reden van bestaan en de drijfveren achter Groene Engel (centrale punt);
- **Hoe (How):** processen en methoden die Groene Engel gebruikt om doelen te bereiken (middelste cirkel);
- **Wat (What):** activiteiten van Groene Engel gevangen in zeven programmalijnen.

Om partners, publiek, financiering, programma en plaats te positioneren is o.a. gebruik gemaakt van de volgende hulpmiddelen: samenwerkingsladder van Bureau Berenschot;¹¹ de BCG-matrix van de Boston Consulting Group;¹² en het Iglo-model van Bureau Berenschot.¹³ De publieksanalyse is tot stand gekomen in samenwerking met de adviseur publieksdata van Kunstloc Brabant: Eric Japenga van Kunstloc Brabant. Trends en ontwikkelingen in muziek- en theatersector zijn geïnventariseerd door Imke de Feber, adviseur muziek en financiering.

3 KOERSWIJZIGINGEN

Met deze positioneringspropositie is de geest van Groene Engel uit de fles en toevertrouwd aan papier. Waar in het recente verleden de programmasamenstelling een intuïtieve exercitie was, is deze nu geëxpliciteerd in **zeven programmalijnen** en vertaald naar strategische doelen en een concrete aanpak.

Onze programmering legt meer focus op het genereren van **impact** voor de (lokale) samenleving. Door de omzet van onze mainstreamprogrammering te vergroten, ontstaat meer ruimte voor co-creatie van programma's met publiek, makers, culturele- en sociale partners en ondernemers, denk daarbij aan meer focus op jongerenprogramma's, talentontwikkeling en productinnovaties. We intensiveren en versterken onze partnerschappen met culturele kernorganisaties uit de stad om onderscheidend te blijven of juist om samen meerwaarde te creëren voor de inwoners van Oss.

De belangrijkste **koerswijzigingen** op een rij:

- Onze intuïtie en ondernemersgeest zijn vertaald naar **missiegedreven** programmering.
- Het kader van onze horizontale programmering is bijgesteld op grond van scherpe programmatische keuzes.
- We introduceren **zeven programmalijnen** binnen de pijlers mainstream, culturele meerwaarde en maatschappelijk rendement waarmee onze impact vergroot wordt.
- De omvang van onze **communities** loopt in de pas met onze programmering.
- We voeren een uitbreiding van de **flexibele schil** in die positief bijdraagt aan het verdienvermogen van mainstreamprogramma's; onze organisatie op termijn minder kwetsbaar maakt voor verzuim en werkdruk, kennis- en expertise van buiten de organisatie inbrengt.
- We vergroten de betrokkenheid van onze **vrijwilligers-community** in programmacommissies.¹⁴
- We tillen de samenwerking met culturele partners in de stad naar een hoger niveau.
- Als onderdeel van onze **maatschappelijke functie** initieert de vrijwilligersraad bijeenkomsten waarbij groepen van vrijwilligers samenkomen en nieuwe vrijwilligers worden geënthousiasmeerd voor Groene Engel.
- **Community building** is een nieuwe onderlegger voor onze marketing en communicatie.
- Binnen ons team gaan we mogelijkheden om elkaar te ondersteunen en/of te vervangen uitbreiden¹⁵ om acute situaties kortstondig het hoofd te bieden.

¹⁰ <https://youtu.be/eg3lIK8Iro>

¹¹ de samenwerkingsladder is opgenomen in bijlage 1

¹² BCG-matrix - Wikipedia

¹³ het Iglo-model is opgenomen in bijlage 2

¹⁴ Programma's die bottom-up ontstaan

¹⁵ we onderzoeken of *job rotation* in de vorm van een intern **buddy-systeem** passend is

- We experimenteren om ondervertegenwoordigde groepen uit de samenleving te betrekken bij groene Engel.¹⁶
- We zetten (nog) stevig(er) in op fondsenwerving door bijvoorbeeld een freelance fondsenwerver aan te trekken.
- We focussen ons op onze kernactiviteiten: succesvolle initiatieven die niet (geheel) passen binnen onze corebusiness worden verzelfstandigd.¹⁷
- Onze horeca investeert in **zelfredzaamheid** ten aanzien van techniek en productie: op termijn is de horeca minder afhankelijk van de beschikbaarheid van ondersteunend personeel van Groene Engel bij de uitvoering van activiteiten in het Cultuurlokaal.

4 WIJ ZIJN GROENE ENGEL

Groene Engel is een culturele hotspot. In ons monumentale pand, dat authenticiteit ademt, vind je een concertzaal die ook dienstdoet als vlakkevloertheater en filmhuis. Onder hetzelfde dak zijn het Cultuurlokaal¹⁸ en de stadsbrasserie Marie¹⁹ te vinden. Het Cultuurlokaal maakt onlosmakelijk onderdeel uit van ons podium en initieert culturele activiteiten die gratis toegankelijk zijn.

4.1 Onze missie & visie

Groene Engel voelt als thuiskomen: een centrale plek in het hart van Oss waar culturele programma's een stuwende kracht zijn voor (onverwachte) ontmoetingen en (nieuwe) verbindingen tussen publiek en artiesten. Groene Engel is onvervalst echt en afficheert zich als culturele hotspot van en voor iedereen. Community building is de motor van vernieuwing.

Wij zijn Groene Engel:

- Wij transformeren de samenleving door de **impact** van onze activiteiten.
- Wij geloven in **community building** en dragen dat uit.
- Wij staan voor onze makers en publiek en werken *non-stop* aan openheid, meerstemmigheid en toegankelijkheid: **iedereen is welkom**.
- Wij zijn **ondernemend** en **integer**: onze partners zijn dat ook!
- Wij zijn **authentiek** en houden dat graag zo.
- Wij nemen zelf het heft in handen wanneer daarmee **nieuwe verbindingen** ontstaan en nieuw publiek wordt aangeboord.

Cultuur als aanjager van een open samenleving: dat is waar Groene Engel van droomt. Cultuur is de brandstof voor de ziel en verbindt ons publiek, onze vrijwilligers en artiesten met wie wij zijn: **Wij zijn Groene Engel**.

4.2 Onze kernactiviteiten

Onze kernactiviteiten bestaan uit:

- **Mainstreamprogrammering**: presentatie van concerten en dance-events die een groot publiek bereiken en traditionele programma's van pop- en dancemuziek.
- **Thematische concepten** die een specifiek publiek bereiken: concerten, dance-events, festivals en evenementen op locatie die ontsproten zijn uit de creatieve geest van betrokkenen.
- **Culturele programma's**: intieme en geëngageerde theatervoorstellingen, jeugdtheatervoorstellingen, vertoningen van films.
- **Educatieve programma's**: workshops en initiatieven van jongeren.
- **Talentontwikkeling**: presentatie van talentvolle makers, artiesten en bands.
- **Lezingen en debat**.

¹⁶ bijvoorbeeld door te werken met gastcuratoren

¹⁷ op korte termijn verzelfstandigen we bijvoorbeeld de activiteiten van MaakPlaats

¹⁸ het theatercafé

¹⁹ Stadsbrasserie Marie

In 2028 wil Groene Engel het punt bereikt hebben dat:

- missiegedreven programmering in alle haarvaten van de organisatie verweven is;
- het meten van impact²⁰ in alle programmalijnen verankerd is en daarmee de dialoog met het publiek (nog meer) voeding geeft aan de samenstelling van het programma²¹;
- samenwerking met culturele partners in de stad onze kernwaarden versterkt en passend is bij de informele setting van het podium. Met Theater de Lievekamp beogen we de samenwerking te intensiveren en vast te leggen in een overeenkomst. Met Bibliotheek Oss definiëren we onze gezamenlijke positie als *Third Place*;
- ons doelgroepenbeleid binnen de mainstream- en culturele programmering voortvloeit uit publieksdata die gevalideerd is vanuit de elf profielen van het Cultureel Doelgroepen Model²²;
- de stem en het initiatief van jongeren omgezet wordt in actie en leidt tot nieuwe programmering.

5 ARTISTIEKE POSITIE

Groene Engel is meer dan een muziekpodium met publiekstrekking: het kloppend hart van de programmering bestaat uit een **pluriform activiteitenprogramma** met culturele en maatschappelijke programmering. De locatie doet dienst als **culturele derde plek**: een openbare plek met een informele atmosfeer die tussen thuis en werk ligt. Het podium drijft op drie kernwaarden: **authenticiteit, kwaliteit en community** (building).

We onderscheiden ons van culturele partners in de stad door:

- een **pluriform** programma van **pop/dance**;
- activiteiten op **verrassende locaties** die nieuwe verbindingen leggen in de samenleving;
- een impuls geven aan **brede popcultuur**;
- programma's die schuren en verwonderen waarmee de **culturele pluriformiteit** in Oss e.o. een grootstedelijk karakter krijgt;
- een schare van **75 vrijwilligers** die een onmisbare community vormen;
- **sta-concerten**;
- een **drempelverlagend effect** voor publieksgroepen die over het algemeen minder vaak culturele voorzieningen bezoeken;
- **intern mentorschap** ontwikkelen waarmee (lokaal) talent en vrijwilligers worden gestimuleerd om zich te ontplooiën (o.a. door deelname aan Music Hub Brabant);
- **ondernemersgeest**: de bovengemiddelde werving van publieke- en private middelen (incidentele financieringen);
- kleur geven aan het **nachtleven** met inhoudelijke programma's;
- een aanjager zijn voor **jongerencultuur** en **nachtcultuur**.

5.1 Programmasamenstelling

Het artistiek-inhoudelijk **eigenaarschap** van ons podium is breed belegd in het team en bij onze vrijwilligers: meerstemmigheid is bij de selectie een vast gegeven. Activiteiten van Groene Engel zijn **programmagedreven** of **locatiegedreven**. Wij hanteren twee werkwijzen bij de samenstelling van het programma:

- een **top-down-benadering**: wij zijn initiatiefnemer en risicodragers van de programmering;

²⁰ Medewerkers volgende cursus Impact meten: <https://www.cultuuracademy.nl/agenda/training-resultaatgericht-impact-meten>

²¹ We laten ons daarbij inspireren door het boek *Vertellers, geen verkopers* van Ken Veerman

²² *De Culturele Doelgroepen - Cultureel Doelgroepenmodel*

'Groene Engel is een culturele ontmoetingsplek waar mensen uit Oss en omstreken samenkomen. Het biedt ruimte voor creatieve expressie, zowel voor amateurs als professionals, en verbindt generaties. Het draagt bij aan de culturele levendigheid van de stad en heeft veel waarde voor het onderwijs en de ontwikkeling van jongeren'

OKVO-docent Nikki Roosenboom

'Cultureel icoon in Oss jubileert'

Brabants Dagblad

(...) 'over de artistieke ambities is het Fonds Podiumkunsten positief. Zij waardeert de doelstellingen van Groene Engel om als aanjager en samenwerkingspartner te groeien. Dit blijkt volgens haar ook uit de plannen om minder in kwantiteit en juist meer in kwaliteit te investeren. Het is positief dat diversiteit en inclusie centraal staan (...)

Advies landelijke Podiumregeling 2025-2029 – Fonds Podiumkunsten

- een **bottom-up-benadering**: in samenwerking met partners, commissies en communities wordt programma ontwikkeld (co-creatie) en risico gespreid.

Als wij initiatiefnemer zijn van het programma vormen de expertises van het programmateam en de denkkraft van onze marketing en productie een tandem. In co-creatie met partners is onze rol meer faciliterend en sturend op de kwaliteit van het programma. Onze verbindende directeur is het scharnierpunt van de missiegedreven programmering.

5.2 Programmapijlers

Onze programmering bestaat uit drie pijlers:

- **mainstream**: programmering met een commerciële doelstelling;
- **culturele meerwaarde**: niche-programmering voor specifieke doelgroepen vanuit het streven naar een bijzonder, avontuurlijk of vernieuwend programma-aanbod;
- **maatschappelijke impact**: gratis toegankelijke programmering in het Cultuurlokaal die een vrijplaats biedt aan (lokaal) talent en ruimte laat om te zijn wie je bent.

6 ONZE PROGRAMMALIJNEN

WIJ ZIJN GROENE ENGEL presenteert zeven programmalijnen die het profiel van het podium kleuren en richting geven naar de toekomst. De **mainstreamprogrammering** telt twee programmalijnen:

- **Wij brengen mensen samen**: gericht op publiekstrekking en traditionele programmering met ontmoeting (sociaal) en kwaliteit als kernwaarden.
- **Wij doen het samen met de stad**: in co-creatie met partners uit de stad organiseren we evenementen met een groot publieksbereik of leggen we slimme verbindingen om de zichtbaarheid van een brede stadsprogrammering te vergroten. Kwaliteit en sociale cohesie zijn daarbij onze drijfveren.

In drie programmalijnen komt de **culturele meerwaarde** van het podium voor de stad tot zijn recht:

- **Bij ons ben je verbonden**: wij verbinden groepen mensen aan ons met bijzondere programma's die speciaal voor hen uitgedacht zijn. Vooruitstrevende- en authentieke programma's die subculturen voeden en gemeenschappen bij elkaar brengen.
- **Wij helpen ideeën vooruit**: wij omarmen het initiatief van individuen, fans, vrijwilligers en liefhebbers en zetten hun enthousiasme en creativiteit in om programma's te ontwikkelen van kwaliteit.
- **Maak kennis met ons**: onze educatieve programma's voor het onderwijs en buitenschoolse programmering op initiatief van jongeren vinden hun vertaling in deze lijn.

Het Cultuurlokaal is de krachtbron van onze **maatschappelijke** programmalijnen:

- **Het podium ben jij**: wij bieden talent een podium of versterken programma's in de concertzaal door *cross-programmering*.
- **Bij ons kom je thuis**: wij zijn een culturele derde plek.

7 ONZE SIGNATUUR

7.1 Wij brengen mensen samen (mainstream)

Mainstreamprogrammering is de kurk waarop Groene Engel drijft. Publiekstrekking staat garant voor een substantieel publieksbereik, genereren winst en zijn een centrifugale kracht om mensen **samen te brengen**. Met **publiekstrekking** en **traditionele programmering** profileert Groene Engel zich als hét muziekpodium van de stad en wordt een bijdrage geleverd aan het leefklimaat.

Selectiecriteria voor de samenstelling van het programma zijn:

Groene Engel	Program-based			Location-based
Top-down wij nemen initiatief	Mainstream	Culturele meerwaarde		Maatschappelijk
	wij brengen mensen samen	bij ons ben je verbonden		het podium ben jij
	publiekstrekkingen	thematische concepten	culturele programmering (niche)	talentontwikkeling
	tribute bands	CAMP, Bang your head, Buitenbioscoop	vlakke-vloertheater-theater, jeugdpodiumkunsten en filmhuis	Cultuurlokaal
	kwaliteit, sociaal	authentiek, community	vooruitstrevend, verrijken	ondernemend
	traditionele programmering	GROENE ENGEL - PROGRAMMALIJNEN		community building
	pop / dance			Cultuurlokaal (debat & lezing) / Verhalentheater
	kwaliteit, authentiek			ontmoeten, sociaal
Bottom-up wij werken samen	Versterken & verbinden	Meerwaarde	Educatie	Culturele hotspot
	wij doen het samen met de stad	wij helpen ideeën vooruit	maak kennis met ons	bij ons kom je thuis
	verhuringen / coproductie / samenwerking	thematische concepten / culturele programmering (niche)	cultuureducatie	Third place
	Gluren bij de Buren, Carnaval	PopMonument, Bluesfestival, Meta!festival,	actieve kunstparticipatie onderwijs, OKVO	talentontwikkeling, gastvrijheid, ontmoetingsplek (PubQuiz), Werkracht (sociale werkplaats), Poëzievereniging, Stichting Chaja debat & lezing
	kwaliteit, sociaal	vooruitstrevend, community	verrijken	ontmoeten, authentiek
Jongerenplatform MaakPlaats				

- **Variatie:** afwisseling van acts en thematieken;
- **flankerend/complementair:** aanvullend op programma's van culturele partners;
- **vernieuwend:** trendsetter(s), innovatief, originaliteit van acts;
- **onderscheidend:** bijzonder ten opzichte van culturele partners in de stad en regio;
- **kwaliteit:** vakmanschap, genereren impact;
- **populariteit:** voldoen aan behoefte(s), vraaggericht.

7.2 Wij doen het samen met de stad (mainstream)

Mainstreamprogrammering, grootstedelijke evenementen en commerciële verhuur zijn de **lifeline** voor de financiering van culturele- en maatschappelijke activiteiten. De programmering van **oorspronkelijke popmuziek** en **tribute bands** vragen om een stadsbrede afstemming. Groene Engel heeft de ambitie om de afstemming met Theater de Lievekamp naar een hoger niveau te tillen. Het **samenkomen** en regelmatig overleggen over mainstreamprogramma's wordt omgezet naar **samenwerken** waarbij samenwerkingsafspraken, profilering, doelgroepenbeleid en overleg zijn vastgelegd in een overeenkomst. Deze nieuwe stap versterkt de gezamenlijke verantwoordelijkheid en het draagvlak voor het muziekaanbod in de stad. Het is een eerste cruciale stap naar een **stadsbrede programmering**.

We koesteren de ambitie om op termijn samen met partners in de stad budgetten te bundelen om **grootschalige openluchtconcerten** (voor meer dan 1.000 toeschouwers) op een externe locatie te organiseren: Hoessenbosch, de Rusheuvel, Urban Ox Park en het stadion van TOP Oss staan op ons verlanglijstje.

Stichting Carnavalsviering Oss (SCVO) organiseert o.a. het 11-11 Bal, de jeugdprinsonthulling, Ameezing en het Moelenbal in ons podium. Wij hebben een louter faciliterende rol. Om het publieksevenement te laden met onze waarden tillen we de samenwerking naar een hoger niveau. Groene Engel neemt volkscultuur serieus en wil naast de **traditionele hoempa** ook een frisse dynamiek toevoegen. Samen met andere partijen zoals bijvoorbeeld het centrummanagement, het Ont-Moet- Centrum en SVO willen we een **Carnavalshub** ontwikkelen, waarin we het park, het maatschappelijk- en culturele cluster waar ons podium gesitueerd is en het centrum met elkaar verbinden. In co-creatie ontwikkelen we nieuwe concepten die de beleving aan ons **authentieke** pand een extra dimensie geven.

De drijfveren van de mainstreaming programmering zijn ontmoeting en kwaliteit. Populaire muziek en dance-events garanderen een grote toestroom van publiek. Het overgrote deel van dit publiek identificeert zich met één van de vijf profielen van het Cultureel doelgroepenmodel²³: (1) culturele alleseters, (2) klassieke cultuurliefhebbers (intensief), (3) actieve vermaakvangers, (4) proevende buitenwijkers (medium) en (5) sociale cultuurhoppers (licht).

7.3 Bij ons ben je verbonden (meerwaarde)

Groene Engel is veel meer dan een podium voor muziek. Naast goed scorende (tribute) bands programmeren we alternatieve muziek en underground bands, verrassende filmhuisavonden en vernieuwende theatervoorstellingen. Dat maakt van ons een **cultuurpodium** waar ruimte is voor verrijking en experiment.

Vanuit een ondernemende *spirit* nemen we het voortouw bij de totstandkoming van vooruitstrevende programma's en **thematische concepten** die eigenheid uitstralen en een bijdrage leveren aan gemeenschapszin. Programma's voor (relatief) kleine doelgroepen leveren een significante meerwaarde voor

²³ De Culturele Doelgroepen - Culturele Doelgroepenmodel

een dynamisch stadsprogramma. Met o.a. CAMP,²⁴ Bang your Head en de Buitenbioscoop worden **nieuwe verbindingen** gelegd en nieuw publiek aangeboord.

In het huidige tijdsgewricht diversifiëren publieksgroepen continu. Niche-programmering draagt bij aan diepere relaties met specifieke publieksgroepen en is onderscheidend. **Door publiek op te zoeken, te experimenteren en te innoveren** biedt Groene Engel een platform voor community building. Dit sluit aan bij onze ambitie om een meerstemmig en toegankelijk podium te zijn, waar iedereen zich welkom en gehoord voelt. Atmosfeer, mate van intimiteit, sociale cohesie en verbinding zijn gebaat bij een passende inrichting. Onze productie gaat meer regie voeren op aankleding van de concertzaal als een (beperkte) publiekscapaciteit in samenhang met de gebruikersgroep daarom vragen.

De samenstelling van het programma wordt beïnvloed door ontwikkelingen in de gemeenschap en de samenleving. De **culturele programmering** bestaat uit vlakkevloertheater, jeugdtheater en filmhuis. Uit een benchmark met Theater de Lievekamp blijkt dat de theaterprogrammering en het theaterpubliek van Groene Engel **complementair** zijn. Artistiek-inhoudelijke programmering voor de vlakke vloer is niet voorhanden binnen het programma van de Lievekamp. Abonnementhouders vormen de kern van de *theater-community* van Groene Engel. De filmclub en andere (vaste) filmbezoekers (*film-community*) zijn de basis van het maatschappelijk geëngageerde filmaanbod dat ook zijn weg vindt naar de Buitenbioscoop. De frequentie van voorstellingen en vertoningen zijn variabelen die meegolven met het volume van de community. De vertoningen zijn afgestemd op andere filmaanbieders in de stad.

Selectiecriteria voor de samenstelling van deze programmalijs zijn:

- **Vooruitstrevend:** eigen signatuur, een eigen wereld naast de bestaande, schurend;
- **maatschappelijk geëngageerd:** maatschappelijke thema's, vraagstukken;
- **intieme setting:** veilig, speciaal;
- **onderzoekend:** voorbij het gekende, vragen oproepend, verrassend;
- **pluriform:** divers, verscheidenheid;
- **authentiek:** eigen concepten en/of onderscheidend;
- **specifieke communities:** boort nieuwe (kleine) groepen aan of faciliteert (specifieke) groepen.

7.4 Wij helpen ideeën vooruit (meerwaarde)

Groene Engel zet cultuur in beweging. Wij zijn een *kickstarter* voor nieuwe verbindingen en een baken voor vertrouwde concepten die gedragen worden vanuit de gemeenschap. Als podium begeleiden we initiatieven bij de realisatie van festivalformules, concerten en dance-events. In mei 2025 presenteren we samen met Museum Jan Cunen, de Schuilkelder en het Ont-Moet Centrum de eerste editie van PopMonument in Oss. Ook zijn we een gids en onderkomen voor o.a. metalfestival Engel of Deathfest en het Engel Blues Festival.

De vrijwilligersraad mobiliseert het enthousiasme van onze **vrijwilligers-community** om hun betrokkenheid in programmacommissies nog meer te laten doorklinken binnen deze programmalijs. Selectiecriteria voor de samenstelling van het programma zijn:

- **Van onderaf:** bottom-up, op initiatief van buiten, participatief;
- **bijzonder:** speciaal, uniek in vorm en/of inhoud;
- **specifieke communities:** boort nieuwe (kleine) groepen aan of faciliteert (specifieke) groepen;
- **pluriform:** draagt bij aan verscheidenheid;
- **passend:** in lijn met zeker drie kernwaarden van Groene Engel.

²⁴ Camp - Groene Engel

Groene Engel neemt zelf het initiatief voor nieuwe formules en biedt een podium aan (kansrijke) initiatieven die de band met bijzondere publieksgroepen verstevigen. Startende cultuurspeurders, weelderige cultuurminnaars en klassieke cultuurliefhebbers identificeren zich over het algemeen vaker met een specifieke subcultuur, genre of leefstijl. Het jeugdtheaterprogramma is een uitlaatklep voor kinderrijke cultuurvreter.

7.5 Maak kennis met ons! (meerwaarde)

Groene Engel is aangesloten bij *Osse Kunstinstellingen Voor het Onderwijs* (OKVO): hét stedelijke samenwerkingsverband van kunstinstellingen en basisscholen voor **cultuureducatie**. Met grote regelmaat bezoeken scholen Groene Engel voor het bijwonen van educatieve programma's gericht op cultuurverrijking. Ook bezoeken scholen filmvertoningen en worden musicalproducties en gala-avonden georganiseerd.

Het OKVO-programma brengt jaarlijks 8.000 leerlingen in contact met kunst. In het basismenu bereiken we (vrijwel) alle basisscholen met animatiewerkshops. In het verdiepende PLUSmenu bieden we op aanvraag een atelier waarin we aan de slag gaan met vloggen en stop-motion. Speciaal voor MaakPlaats is tijd en ruimte gereserveerd voor **buitenschoolse initiatieven** van jongeren. Inspraak in activiteiten en mede-eigenaarschap van jongeren zijn het leidend motief. De programmalijnen *bij ons kom je thuis*, *maak kennis met ons* en *wij helpen ideeën vooruit* zijn als een speeltuin die de energie van jongeren omarmen.

Onze educatieve programma's kenmerken zich door:

- **Kennismaking:** introduceert, nodigt uit;
- **verbeelding:** opent nieuwe vergezichten, toont nieuwe perspectieven, prikkelt de fantasie;
- **participatie:** zet leerlingen in beweging, actieve deelname;
- **creativiteit:** stimuleert de creativiteit, inventiviteit.

Groene Engel levert een belangrijke bouwsteen in de culturele vorming van ieder kind in Oss door workshops binnen het stedelijke kunstmenu voor basisscholen. Podium en personeel staan ervoor open om een select aantal initiatieven van jongeren te begeleiden van idee naar uitvoering. Activiteiten waaiëren uit naar andere lijnen binnen onze culturele en maatschappelijke profilering.

7.6 Het podium ben jij (maatschappelijk)

Het Cultuurlokaal is **gratis toegankelijk** en biedt allereerst een **podium voor de stad**. Hier bouwen we aan een bruisende ontmoetingsplek waar muziek, verhalen en samenzijn centraal staan. Musici, schrijvers, bands en makers uit de eigen omgeving staan in de spotlight. *Cross-programmering* is een katalysator van het Cultuurlokaal om concerten en voorstellingen in de podiumzaal te versterken. Aftershows, thematische of discipline-gerelateerde activiteiten en randprogramma's zijn de *finishing touch* voor een **avondvullend programma**.

Activiteiten in het Cultuurlokaal onderscheiden zich door:

- **Oorspronkelijkheid:** eigen werk, eigen invulling;
- **nostalgie:** roept het verleden op;
- **lokale/regionale uitstraling:** acts uit de eigen stad of regio;
- **talent:** bekwaam, begaafd, getalenteerd;

'Groene Engel onderscheidt zich met haar stedelijke en regionale functie'

Advies landelijke Podiumregeling 2025-2029 – Fonds Podiumkunsten

'Wij hebben een tijd deels in Den Haag gewoond. Als ik niet in filmhuis Den Haag maar lekker naar de Groene Engel in Oss naar de film ging, was ik weer helemaal thuis. Hier voel ik me gekend en welkom. Groene Engel is het meest grootstedelijk en het leukste dat Oss te bieden heeft!'

Bezoekers Carla en Jos

'Het heeft mij veel kansen/podium geboden om (goede en idiote) ideeën uit te werken en groter te maken. Zo zou Sweaty Disco niet hebben bestaan (sinds 2008, still going strong) zonder de Groene Engel.'

maker/artiest/vrijwilliger Martijn Smits

- **kennismaking:** introduceert nieuwe muziekstromingen, bands of artiesten;
- **intimiteit:** vertrouwd, hecht, kleinschalig;
- **complementair:** aanvullend op programmering in de grote zaal.

7.7 *Bij ons kom je thuis (maatschappelijk)*

Groene Engel vormt samen met de bibliotheek een stedelijke culturele derde plek: *Third Place*. Wij brengen publiek en makers samen in ons theatercafé met cultuur als bindmiddel. Activiteiten krijgen **extra betekenis** door ze in gedeeld eigenaarschap te organiseren. Van hiphopper tot volkscultus, van student tot ICT-er en van centrum-management tot werkvoorziening: in het Cultuurlokaal is de vrije ruimte het **samen** van de samenleving. Wij trekken mensen uit de buurt aan als organisator, maker, initiator, ondernemer, bewoner en als publiek. Ons drempelverlagend DNA, de informaliteit van ons pand en onze complementaire functie als cultuurpodium binnen het culturele bestel in Oss vinden een vertaling naar **passende openingstijden** die zijn afgestemd op de bibliotheek, onze partner als *Third Place*.²⁵

De activiteiten binnen de programmalijn *bij ons kom je thuis* zijn:

- **Vrij toegankelijk:** laagdrempelig, kosteloos te bezoeken;
- **ongedwongen:** vrijwillige participatie, deelname, bezoek;
- **gastvrij:** gezellig, verplichten tot niks;
- **lokaal geworteld:** activiteiten worden georganiseerd (samen) met *locals*;
- **sociaal:** ontmoeting centraal;
- **gelijkwaardigheid:** integer, informeel, eerlijk, oprecht.

Om onze ambities als culturele derde plek kracht bij te zetten mikken we op een programmatische samenwerking met o.a. MaakPlaats, particuliere initiatieven, vrijwilligers, belangenorganisaties, de lokale middenstand, de bibliotheek en lokale gemeenschappen met specifieke interesses, achtergronden of sociale positie. Van levenslied tot LHBTQ+ en van Carnaval tot theaterliefhebbers geïnspireerd op de *The Perks of Being a Wallflower*.²⁶ **Groene Engel is een plek waar iedereen mag thuiskomen.** We versterken initiatieven als:

- **Lotgenotenontmoetingen** – Groene Engel biedt Stichting Chaja²⁷ een plek voor ontmoeting en creatieve expressie. Met koffieochtenden, koor en improvisatietoneel wordt ziekte emotioneel verwerkt en vinden lotgenoten steun bij elkaar om zoekend naar een nieuwe balans in het leven. We faciliteren ontmoetingen van het Oogcafé voor mensen met een visuele beperking;
- **Social Return on Investment:** wij faciliteren dagbesteding voor cliënten van Dichterbij, de ondersteuningsinstelling voor mensen met een beperking in Oss e.o.²⁸;
- **Poëziepodium** en **Verhalentheater** - *spoken word*, poëzie en storytelling voor talenten van alle niveaus. Van en door makers.

In 2025 en 2026 zetten we in op pilots als:

- **Open Mic Night** – muzikanten, dichters, stand-up comedians pakken het podium. Op initiatief van jongeren van MaakPlaats experimenteren we bijvoorbeeld met hiphop en rockmuziek. Juist samenwerking met *locals* zijn een ideale proeftuin om nieuwe *communities* te faciliteren en nieuwe initiatieven of ideeën vanuit Groene Engel (top-down).
- **Stage Skills** – in samenwerking met lokale audiostudio's moedigen we regionaal talent aan om op zondagmiddag een set te spelen van eigen werk in het theatercafé.
- **Vinyl Night** – bezoekers nemen eigen platen mee, wij draaien ze.

²⁵ Openingstijden | Brabantse Bibliotheken

²⁶ <https://youtu.be/JoG1Qtr3k>

²⁷ Stichting Chaja

²⁸ Dichterbij



- **(Culturele) Lezingen & Panels** – Diepgaande *talks* over thema's die binnen muziek, film of theater leven. Onderwerpen als de impact van AI op kunst, subculturen in Nederland of de geschiedenis van hiphop. Tegenlicht meet-ups en politiek debat – alle initiatieven uit de samenleving zijn welkom.

Binnen het maatschappelijke debiet richten we onze communicatie op lichte bezoekers aan cultuur. Binnen het Cultureel doelgroepenmodel²⁹ zijn dat flanerende plezierzoekers en sociale cultuurhoppers. Met lokale vrijetijdsgenieters gaan we in gesprek om in co-creatie te komen tot programma.

8 PROGRAMMA- EN PUBLIEKSTRATEGIE

8.1 Horizontale programmering

Groene Engel heeft **horizontale programmering**: er worden op vaste dagen in de week specifieke evenementen, films, voorstellingen of muziekgenres geprogrammeerd. Dit helpt bezoekers om te weten wat ze op bepaalde dagen kunnen verwachten, wat bijdraagt aan publieksbinding.

Raamwerk		mainstream	frequentie	meerwaarde	frequentie	maatschappelijk	frequentie
maandag	middag			Filmhuis ³⁰	elke week		
	avond			Filmhuis	elke week	Third Place	elke week
dinsdag	ochtend	Verhuur (mainstream) ³¹	optioneel	Verhuur (meerwaarde)	optioneel	Maatschappelijk (Chaja)	twee keer per maand
	middag	Verhuur (mainstream)	optioneel	Verhuur (meerwaarde)	optioneel		
	avond	Verhuur (mainstream)	optioneel	Filmhuis (filmclub)	één keer per maand	Third Place	elke week
woensdag	ochtend	Verhuur (mainstream)	optioneel	Verhuur (meerwaarde)	optioneel	Third Place	elke week
	avond	Verhuur (mainstream)	optioneel	Verhuur (meerwaarde)	optioneel	Cultuurlokaal	elke week
donderdag	ochtend			Educatie	wekelijks		
	middag					Third Place	elke week
	avond			Theater	één keer per maand	Cultuurlokaal	drie keer per maand
vrijdag	ochtend	Verhuur (mainstream)	optioneel	Verhuur (meerwaarde)	optioneel	Maatschappelijk (Chaja)	twee keer per maand
	middag					Third Place	elke week
	avond	Concerten / dance-events	twee keer per maand	Concerten / dance-events	twee keer per maand	Cultuurlokaal	elke week
zaterdag	middag					Third Place	elke week
	avond	Concerten / dance-events	twee keer per maand	Concerten / dance-events	twee keer per maand	Cultuurlokaal	elke week
zondag	middag			Jeugdtheater	één keer per maand	Cultuurlokaal	drie keer per maand
	avond			Filmhuis	elke week	Third Place	elke week

8.2 Publiekvisie & impact

Groene Engel streeft naar een publiekssamenstelling die **representatief** is voor de bevolkingssamenstelling van de stad Oss. Wij zijn een ontmoetingsplek, een plek waar je thuiskomt. Wij zijn een platform voor

²⁹ De Culturele Doelgroepen - Culturele Doelgroepenmodel

³⁰ Filmvertoningen op zondag en maandag zijn aanvullend op de momenten van de Filmliga: Filmliga Oss (dinsdag, woensdag, donderdag – de maandelijkse vertoning van onze filmclub op dinsdag alterneert met aanbod van de liga [Filmliga Oss](#)

³¹ De filmvertoningen op dinsdag zijn geschrapt waarmee het aantal vertoningen in lijn is met de community.

community building. Wij streven naar meerstemmigheid en willen een open podium zijn van en voor iedereen uit Oss. Binnen onze programmalijnen brengen we een groot publiek samen. Bekende namen, tribute bands en spraakmakende evenementen vergroten de saamhorigheid. Onze niche-programmering richt zich op **community building**.

Onder invloed van de diversificatie van doelgroepen en steeds veranderende publieksvoorkeuren zijn conceptontwikkeling, maatwerk en input vanuit de samenleving onze *unique selling points*. Onder het motto ‘de drempel laag, de lat hoog’ is het Cultuurlokaal een plek waar iedereen zichzelf kan zijn.

Sinds de coronapandemie hebben we stevig geïnvesteerd in marketing. Deze investeringen hebben zich uitbetaald. Uit de publieksanalyse van Kunstloc Brabant **onder betalende bezoekers** met het Cultureel Doelgroepenmodel blijkt dat we op de goede weg zijn: zeven van de tien bezoekersprofielen geven een representatief beeld. Twee groepen zijn oververtegenwoordigd en één groep is ondervertegenwoordigd.³² Een benchmark met poppodia en culturele centra uit Noord-Brabant leidt tot de conclusie dat Groene Engel daarmee tot de koplopers behoort.

Ons podium wordt bovengemiddeld bezocht door mensen uit buitenwijken en kleine kernen. Doelgroepen die minder frequent cultuurbezoek doen zijn vaker ondervertegenwoordigd als betalende bezoeker.³³ Juist voor deze groepen biedt de maatschappelijke programmering uitkomst. Het Cultuurlokaal en onze functie als *Third Place* zijn een vehikel om **specifieke doelgroepen** (o.a. gericht op diversiteit en inclusie) te ontvangen.

Onze gratis toegankelijke activiteiten vragen om een minder data-gedreven analyse: kernwaarden als ‘ontmoeten’ en ‘ongedwongen’ laten zich niet vangen in een reserveringssysteem. **Culturele meerwaarde en maatschappelijk rendement** zijn gebaat bij impactmeting.

8.3 Voor jongeren, door jongeren (cultureel & maatschappelijk)

In alle geledingen van onze organisatie is de roep om een (nog) groter bereik onder jongeren luidkeels te horen. Wij willen dé aanjager zijn voor jongerencultuur in de stad. Niet voor niets is op initiatief van Groene Engel samen met ONS Welzijn, de Gemeente Oss, Muzelinck en de Rabobank geïnvesteerd in MaakPlaats³⁴: Hét culturele platform van- en voor jongeren uit Oss.

De *core business* van MaakPlaats is het ondersteunen, ontwikkelen en uitvoeren van concepten en initiatieven in co-creatie met de jongerengemeenschap. MaakPlaats biedt voorzieningen voor kunstbeoefening, stimuleert deelname aan het culturele leven en maakt online- en offlineactiviteiten zichtbaar. Met MaakPlaats als *incubator* streven we ernaar om de aankomende vier jaar het bereik onder jongeren (in de leeftijd van 12 – 17 jaar) naar 2.000 bezoekers per jaar te laten groeien.³⁵

MaakPlaats gaat een nieuwe fase in. Vanuit de wens om een stadsbrede rol te vervullen wordt een traject van verzelfstandiging ingezet. In co-creatie met ONS Welzijn, de Rabobank en culturele kerninstellingen uit Oss wordt medio 2025 een verkenningssubsidie aangevraagd bij Oog voor Impuls.³⁶ De regeling *Samenwerking en schaalvoordelen* vergoedt kosten voor de verkenning én implementatie van nieuwe samenwerkingsverbanden tussen organisaties met een culturele doelstelling. Doel van de samenwerking is om de stem van jongeren door te laten klinken in de programma’s van het theater, het centrum voor de kunsten, de bibliotheek, het museum en Groene Engel. Wij bepalen niet wat er moet gebeuren- dat bepalen jongeren zelf!

³² de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zijn niet meegewogen omdat deze groep met 22 huishoudens te klein is

³³ Flanerende Plezierzoekers en Lokale Vrijtijdsgenieten - 21,9% van inwoners uit Oss wordt gevangen in één van deze profielen

³⁴ [over MaakPlaats](#)

³⁵ [Oss in cijfers en grafieken | AlleCijfers.nl](#)

³⁶ [Samenwerking & Schaalvoordelen - Oog voor Impuls](#)

MaakPlaats geeft jongeren ruimte en biedt support om ideeën naar de praktijk te vertalen. De verkenningssubsidie stelt het culturele veld in staat om gezamenlijk een plan van aanpak te maken met coproductie-afspraken over financiering, fondsenwerving, communicatie en ondersteuning. In 2026 beogen we met een nieuwe stichting een aanvraag te doen bij het landelijke Fonds voor Cultuurparticipatie binnen de regeling *Co-creatie – Instellingen: Verdiepen*.³⁷

8.4 Kapitaalkrachtige bezoekers (mainstream)

Uit de publieksanalyse met het Cultureel Doelgroepen Model blijkt dat het verdienvermogen een *push* krijgt door meer focus op Culturele Alleseters³⁸ en Actieve Vermaakvangers.³⁹ Door deze doelgroepen sterker te betrekken voor mainstreamprogrammering, wordt de omzet vergroot. Deze kapitaalkrachtige doelgroepen spenderen namelijk bovengemiddeld bij podiumbezoek.

De Culturele Alleseters (intensief) hebben een breed smaakpalet; maar als ze moeten kiezen, dan gaat de voorkeur naar muziek en film. Op dit moment is het bezoekersaandeel van deze doelgroep 4,5% van het totaal aan betaalde activiteiten van ons podium. Dit aandeel is **representatief** voor de bevolkingssamenstelling van Oss.⁴⁰ De Culturele Alleseter maakt bovengemiddeld gebruik van Instagram en **initieert** podiumbezoek in gezelschap van anderen.

Ook de Actieve Vermaakvangers (medium) initiëren podiumbezoek samen met partner of vrienden. ‘Fun’ is het codewoord: deze groep is gek op bekende films, populaire bands en dj’s en grote events in de stad. Het bezoekersaandeel aan ons podium bedraagt op dit moment 11,7% en staat daarmee in verhouding tot de bevolkingsopbouw in Oss.⁴¹ Ook deze doelgroep maakt in de regel meer gebruik van Instagram waardoor dit medium ideaal is om relatief eenvoudig en tegen (relatief) lage kosten te adverteren (voor beide doelgroepen).

8.5 Abonnementhouders als basis voor niche-community

Onze abonnementhouders voor theater en de filmclub zijn de basis van onze niche-community. Vanzelfsprekend kunnen bezoekers voor theatervoorstellingen en filmvertoningen ook een ‘los’ kaartje kopen. Uit ervaring blijkt dat spontane bezoekers hun weg goed vinden naar onze programma’s.

8.6 Cultuurlokaal & Third Place

De **top-down programmering** in het Cultuurlokaal staat in directe verbinding met activiteiten die georganiseerd worden op initiatief (**bottom-up**) van *locals* als onderdeel van onze functie als *Third Place*. Deze programma’s versterken elkaar. We zijn ons ervan bewust dat ons eigen initiatief een aanjager kan zijn om *locals* in beweging te zetten. We sturen daarbij op het bereik van doelgroepen met een kleine beurs, op het maken van impact door vaardigheden te ontwikkelen of de sociale verbondenheid te stimuleren. Concepten die we gaan verkennen zijn:

- Buurtsoep: in de lente- en zomermaanden nodigen we maandelijks de buurt uit en is iedereen welkom voor een gratis kop soep met brood (sociale verbondenheid).
- Evenementenorganisatie: we lanceren een gratis training waarin deelnemers leren hoe ze een evenement tot uitvoering brengen. Deelnemers met veelbelovende ideeën nodigen we uit om hun idee tot uitvoering te brengen.

8.7 Diversiteitsbeleid bestuur

Uit de scan Diversiteit & Inclusie⁴² blijkt dat we nog stappen kunnen zetten ten aanzien van inclusief leiderschap. Dit is van toepassing op bestuur en organisatie. Het bestuur overlegt jaarlijks met het

³⁷ *Co-creatie – Instellingen: Verdiepen – Fonds voor Cultuurparticipatie*

³⁸ *Brochure Culturele Doelgroepenmodel – Culturele Alleseters* (pagina 5 - 12)

³⁹ *Brochure Culturele Doelgroepenmodel – Actieve Vermaakvangers* (pagina 45 – 52)

⁴⁰ Oss telt 1.866 huishoudens (4,5%) die binnen het profiel van de Culturele Alleseters passen

⁴¹ Oss telt 4.575 huishoudens (10,9%) die binnen het profiel van Actieve Vermaakvangers passen

⁴² *Code Diversiteit & Inclusie*

'We hadden heel erg die mentaliteit van 'fuck it, we gaan het gewoon doen', maar het was wel moeilijk. Ik ben heel blij dat de Groene Engel ons daar zo in heeft geholpen, de hand heeft uitgestoken en gezegd heeft: Ja, jullie kunnen hier een feest geven. Dat heeft ons heel erg geholpen.'

Marc Wijkmans (Kilojoule) - over het organiseren van evenementen als jongere in Oss

(...) een bloeiend cultuurpodium belangrijk voor een bruisende binnenstad

Gemeente Oss – beleidsnota Cultuur Verbindt OnSS

'Ik kwam voor het eerst meehelpen als vrijwilliger bij de licht techniek, uit mijn comfortzone, maar het was zo'n leuke ervaring! Ik heb super veel geleerd over techniek, maar ook over mijzelf als persoon. Dat het oké is om te leren en vragen te stellen. Groene Engel is voor mij als vrijwilliger de plek om te groeien, te leren en te genieten. Onder de mensen komen, meedragen aan een mooie show of voorstelling en de handen uit de mouwen steken. Het is alles wat ik op dit moment in mijn leven nodig heb.'

Vrijwilliger Luna

jongerenpanel van MaakPlaats. Zij fungeren als klankbord en sparringpartner voor beleidsvorming. We onderzoeken de mogelijkheid om één van onze bestuursleden ook te verbinden aan de nieuwe stichting van MaakPlaats.

9 VERDIENSTRATEGIE

9.1 De basis op orde (exploitatie subsidie)

Het verdienmodel van Groene Engel steunt op de veronderstelling dat de basissubsidie van de gemeente Oss de huur- en energielasten, de (technische) infrastructuur van het pand en de vaste personeelslasten dekt.

Groene Engel werkt op basis van de **Fair Practice Code**,⁴³ de gedragscode voor goed werkgeverschap (*Fair Pay*), opdrachtgeverschap (*Fair Share*) en rentmeesterschap (*Fair Chain*) binnen de culturele sector. We zijn aangesloten bij de Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF) en werken met de collectieve arbeidsovereenkomst voor poppodia. Hiermee garanderen we een eerlijke vergoeding en werkpraktijk voor werknemers en zelfstandigen. We beogen **goed werkgeverschap** en een gezonde verhouding tussen bestuur en de algemeen directeur. We omarmen de principes van de **Code Cultural Governance** en werken met een reglement waarin werkafspraken, taken en bevoegdheden zijn vastgelegd tussen bestuur en directie. Door de vrijwillige inzet van onze bestuursleden te kapitaliseren wordt de (fictieve) vergoeding voor ieder individueel lid aftrekbaar voor de loonbelasting.⁴⁴ Met het fiscaal voordeel kan geïnvesteerd worden in persoonlijke ontwikkeling.

Het **operationeel team** van ons podium is klein. Met dertien werknemers op de loonlijst (7,1 fte)⁴⁵ zijn werkdruk en verzuim potentieel bedreigend voor de bedrijfsvoering. Om dit afbreukrisico te beperken wordt de **freelancepoule** (flexibele schil) waar nodig uitgebreid en intensiveren we de samenwerking met **uitzendbureaus**. We hopen op organische wijze (interne) trainingen en inwerkprotocollen te ontwikkelen. Voor 2029 beogen we een poule te beheren die het operationeel takenpakket van ons vaste personeel tijdelijk kan overnemen. Een bijkomend voordeel van deze werkwijze is extra verdienpotentieel voor mainstreamprogramma's. Een flexibele schil maakt een tijdelijke verruiming van de arbeidscapaciteit mogelijk waarmee het aantal winstgevendende events opgerekt kan worden als de bedrijfsvoering daarom vraagt.⁴⁶ Parallel aan dit traject verruimen we de mogelijkheden om elkaar te ondersteunen en/of te vervangen om zo acute situaties kortstondig het hoofd te bieden. Om de hospitality van ons podium te vergroten gaan we in gesprek met het bedrijf dat beveiligers detacheert aan ons podium. Hun dienstverlening moet passend gemaakt worden aan onze kernwaarden.

Het groot onderhoud en verduurzaming van het pand worden in de nabije toekomst uitgevoerd. De energielasten zijn daarmee op termijn minder vatbaar voor marktfluctuaties. We voorzien een uitbreiding van vierkante meters in de backstage ruimte. Door het uitbreiden van opslagmogelijkheden en het optimaliseren van werkplekken (o.a. voor flexwerkers) ontstaan meer kansen voor verhuur waarmee een eventuele huurverhoging kan worden gecompenseerd. Daarnaast draagt een verbeterde gastvrijheidsbeleving bij aan een aantrekkelijkere podiumzaal voor zowel publiek als artiesten. We nemen tot medio 2026 de tijd om onze propositie voor verhuur uit te werken. In lijn met ons programmaprofiel maken we onderscheid tussen commerciële, culturele en maatschappelijke verhuringen. Vanaf 2026 wordt film één keer per maand enkel voor de filmclub (film-community) vertoond op dinsdagavond. Door deze afname van filmvertoningen ontstaat meer ruimte voor verhuur op de relatief 'populaire' dinsdag.⁴⁷

⁴³ Fair Practice Code | Gedragscode voor de culturele en creatieve sector

⁴⁴ Belastingdienst - vrijwilliger voor een ANBI

⁴⁵ Horeca en cultuurpodium

⁴⁶ Bijvoorbeeld om tussentijdse kostenverhogingen of inkomstenderving op te vangen (strategie voor risicobeheersing)

⁴⁷ Dinsdag is een prima dag voor de business-to-business markt

In het verlengde van de interventies aan het pand worden PA⁴⁸ en lichtfaciliteiten in de podiumzaal op korte termijn vervangen. We hebben een investeringsagenda en onderhoudsplan opgesteld om de kwaliteit van onze techniek te bestendigen. De faciliteiten van het podium zijn daarmee toekomstbestendig en de mogelijkheden om ‘grote namen’ en ‘publiekstrekkingen’ te boeken worden vergroot. In dit licht is het geen ambitie van Groene Engel om het aantal mainstreamprogramma’s te vergroten, maar om scherpere keuzes te maken binnen het aanbod die een positieve bijdrage leveren aan **omzetmaximalisatie**.

Groene Engel is sterk afhankelijk van publieksinkomsten. De culturele en maatschappelijke profilering wordt grotendeels bekostigd uit de recette-inkomsten. De inflatie ligt al geruime tijd hoger dan prijscompensaties vanuit subsidies waardoor de druk op de publieksinkomsten voelbaar is. We streven naar een **solide eigen vermogen**. Een robuust weerstandvermogen bestaat uit een algemene reserve die gelijk staat aan de exploitatie van één kwartaal, een bestedingsreserve van € 25k om tegenvallende fondsenwervingsactiviteiten te ondervangen, het verschil tussen de werkelijke inflatie en de indexatie van exploitatiesubsidies te dekken en indien er onduidelijkheid is over de subsidieverstreking een bestemmingsreserve die transitieverplichtingen dekt. Groene Engel streeft naar een positief exploitatieresultaat in 2026 en 2027.

9.2 Versterken en verdienen (mainstream)

De functie van **poppodium** die invulling krijgt door **sta-concerten** is in de stad Oss uitsluitend belegd bij Groene Engel. Deze autonome positie garandeert een positieve cashflow voor mainstreamprogramma’s. Winst is een belangrijke pijler voor de financiering van culturele- en maatschappelijke programmalijnen. Onze kernwaarden kwaliteit, authenticiteit en sociale cohesie (leefbaarheid en ontmoeting) liggen ten grondslag aan winstgevendende activiteiten. Vanuit dit oogpunt kiest Groene Engel voor het **versterken en bestendigen** van het **verdienvermogen**: onze programmalijnen *wij brengen mensen samen* en *wij doen het samen met de stad* krijgen daarmee niet alleen een smoel, maar ook een gezonde basis om (nog) succesvol(ler) te ondernemen.

Met een structurele verhoging van € 250.000 van de **(exploitatie)subsidie**⁴⁹ zijn scherpe budgettaire keuzes cruciaal voor een gezonde bedrijfsvoering. Met investeringen in technische faciliteiten en *hospitality* van artiesten promoveert Groene Engel van de Eerste Divisie naar de Eredivisie in poppodiumland. Deze investeringen vergroten de keuzemogelijkheden binnen de mainstreamprogrammering. Hierdoor wordt de positie van het podium versterkt en komt omzetmaximalisatie binnen handbereik. De investeringsagenda en het onderhoudsplan bieden kansen ten aanzien van onderhoud en gebruik. Bij **diepte-investeringen** in licht en geluid worden onderhoud, implementatie, garantie, opleidingsmogelijkheden en upgrades integraal gewogen door techniek, directie en bestuur.

Na de coronapandemie is onze personele organisatie geprofessionaliseerd: taakomschrijvingen, jaargesprekken, programma-doelstellingen, *fair pay* en een personeelsreglement hebben geleid tot een hogere *efficiency*. Er is nog winst te behalen binnen onze teams techniek en productie.

Anno 2025 professionaliseert de muzieksector: de mate waarin onze organisatie kan steunen op vrijwilligers verandert. Uit het oogpunt van kwaliteit is het essentieel om de technische en productieve ondersteuning van winstgevendende activiteiten verder te professionaliseren. We bouwen de afhankelijkheid van vrijwilligers binnen dit spectrum af door prioriteit te geven aan een flexibele schil voor technici en productiemedewerkers. Binnen deze teams is de werkdruk substantieel en de vraag vanuit *bookers*⁵⁰ naar professionele ondersteuning significant.

De inzet van freelancekrachten wordt op basis van een kosten- batenanalyse (per evenement) bekrachtigd. Als vanzelfsprekend blijft de bijdrage van onze vrijwilligers bij mainstreamprogramma’s een vereiste aanvulling.

⁴⁸ Public Address c.q. het geluidssysteem van de podiumzaal

⁴⁹ Exploitatiesubsidie: een subsidie die huur- en energielasten, beheerslasten voor personeel (vaste personeelslasten) en infrastructuur (vaste activa) dekt

⁵⁰ Bookingsagenten- en kantoren, muziekproducten en impresario's

De implementatie van het softwarepakket *Showfigures*⁵¹ in 2025 zal ons nog beter inzicht geven in de resultaten per activiteit en activiteitensoort. *Showfigures* sluit goed aan bij de activiteiten binnen onze zeven programmalijnen.

Groene Engel levert belangrijke bouwstenen voor een stadsbrede programmering. Binnen het aanbod van de mainstream is een trend waarneembaar: succesvolle **tribute bands** richten zich niet enkel op het clubcircuit maar mikken ook op **seated concerts** in het theatercircuit. Het is daarom noodzaak om afspraken rondom afstemming met de Lievekamp te formaliseren. Wij opteren voor een heldere definiëring en afstemming van selectiecriteria voor **oorspronkelijke popmuziek** en gezamenlijke momenten (bijvoorbeeld elke kwartaal) om boekingen te bespreken en te bevestigen. Daarmee voorkomen we dat onze podia concurreren door in dezelfde vijver vissen. Het publiek in Oss is daarmee de grote winnaar alsook het **verdienvermogen** van onze podia.

9.3 Cultureel en maatschappelijk

De culturele- en maatschappelijke profilering van Groene Engel kent een **dynamische financieringsmix**. De winst die voortvloeit uit horeca- en ticketinkomsten gerelateerd aan **mainstreamprogrammering** wordt één-op-één geïnvesteerd in culturele en maatschappelijke programma's. Recette-inkomsten, horeca-opbrengsten, donaties, sponsoring en bijdragen van publieke- en private fondsen dekken de kosten van de deelbegrotingen voor thematische concepten, niche-programmering, cultuureducatie, talentontwikkeling en community building.

Vanaf 2026-2027 brengen we theaterprogrammering (tijdelijk) terug, waarmee het bereik van de *theater-community* en de beperkte capaciteit voor vlakkevloerprogramma's⁵² in een meer proportionele verhouding worden gebracht. Onze schurende en vooruitstrevende theater- en jeugdprogrammering zijn een aanvulling op het aanbod van Theater de Lievekamp. We hopen op korte termijn Theater de Lievekamp te enthousiasmeren om samen een nieuwe stichting in het leven te roepen die in dienst staat van de programmering van vooruitstrevend theater.

De artistieke positie, de bijdrage aan een pluriform theateraangebod en de publieksfunctie zijn een eenvoudige invuloefening om in aanmerking te komen voor een programmeringsbijdrage vanaf 2026 uit de landelijke suppletierегeling SKIP van het Fonds Podiumkunsten.⁵³ Met de voorgenomen programmamutaties binnen de niche-programmering wordt financiële ruimte gecreëerd om nieuwe evenementen te ontwikkelen en te introduceren binnen de programmalijn *bij ons ben je verbonden*. Met deze programmatische keuze willen we o.a. een impuls geven aan het bezoek onder jongeren aan ons podium door bijvoorbeeld hip-hop-evenementen te organiseren.

We leven in het digitale tijdperk: een tijdperk waarin de zappende bezoeker overspoeld wordt met aanbiedingen. Een tijdsspanne die zich kenmerkt door steeds veranderende publieksvoorkeuren. Om de bezoeker van morgen vandaag al te ontvangen, zijn onze thematische concepten de **kraamkamer** voor nieuwe publiekstrekken. Onze programmeur is vastberaden om opkomende acts te scouten en te contracteren. Daarmee positioneert Groene Engel zich in de voorhoede van het clubcircuit. Door opkomende acts kansen te bieden gaat de gunfactor een rol spelen bij succes en wordt een tegenwicht geboden aan stijgende boekingskosten. Om deze ontwikkeling een impuls te geven doen we tweejaarlijks publieksonderzoek.

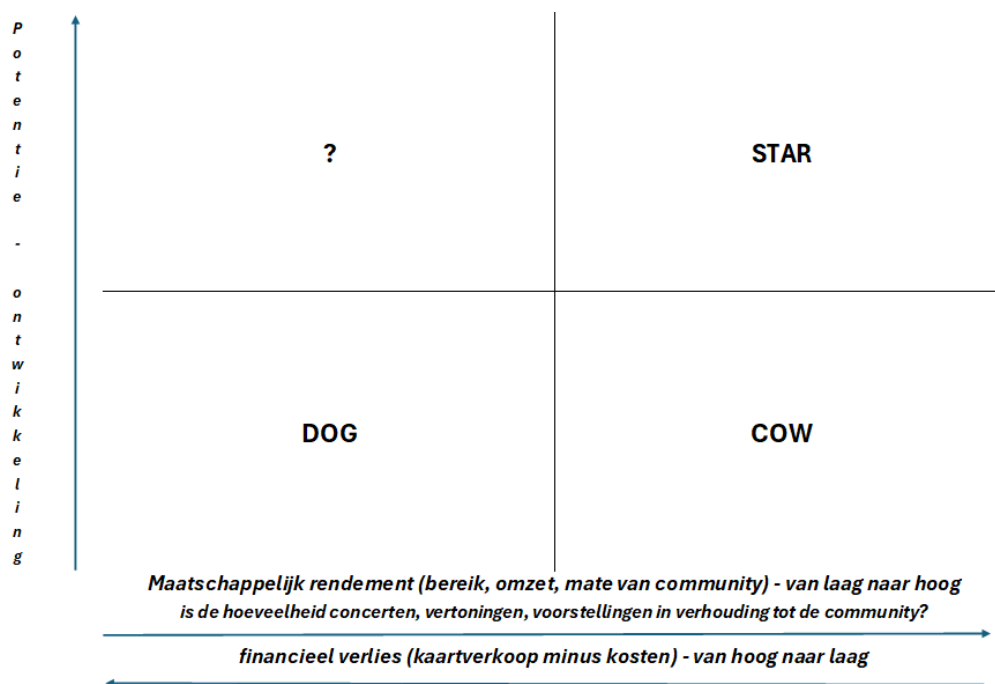
De samenleving is in beweging: publieksgroepen worden steeds diverser en publieksvoorkeuren veranderen. Met die kennis op zak zijn evenementen als PopMonument, Bang your Head, Engel of deathfest, Rockronde, Blossom en de theater- en filmprogrammering met een nieuwe bril bekeken en langs de meetlat van onze

⁵¹ *Showfigures*

⁵² Het vlakke-vloertheater van Groene Engel heeft een capaciteit van circa 100 zitplaatsen

⁵³ Kleinschalige en incidentele programmering (SKIP)

missie gelegd. Geïnspireerd op de BCG-matrix van de Boston Consulting Group⁵⁴ is een **productontwikkelingsstrategie** voor elke programma geïntroduceerd. Parameters waarop we sturen zijn de potentiële (inhoudelijke) ontwikkeling en het maatschappelijk rendement (frequentie en community) van onze culturele programmering.



CAMP. laat liefhebbers de muzikale pareltjes van morgen ontdekken. Bij CAMP. begrijpen we dat muziek niet kan worden ingeperkt tot één enkel genre: een breed spectrum aan geluiden - van indie en pop tot rock en elektronica tot psychedelische gitaren – siert het programma. Het beproefde concept heeft potentie om maatschappelijk- en financieel hoge ogen te gooien. We verzilveren het potentieel door een nieuwe community van muzikliefhebbers organisch te verbinden aan ons podium met aanvullende activiteiten in het Cultuurlokaal.

Blossom, ons LHBTQ+ feest in de podiumzaal, vraagt ook om navolging met terugkerende brede programmering om de gemeenschap meer te engageren. Denk bijvoorbeeld aan film en theatervoorstellingen met thema's die deze doelgroep raken, met het label 'Blossom presents'. Succesvolle formules worden doorontwikkeld.

Onze vrijwilligers zijn een drijvende kracht achter het succes van Groene Engel. De ticketverkopers, stagehands, technici, filmoperators, backstagers, het foto- en videoteam, de decoratie crew en de DJ-pool: hun tomeloze inzet, de liefde voor cultuur en vriendschap zijn belangrijke ingrediënten van onze vrijwilligers-community. Omdat we de binding met vrijwilligers belangrijk vinden zal de vrijwilligersraad jaarlijks een Groene Engeldag organiseren. Vanuit de bevoegdheid van deze community wordt daarmee de betrokkenheid vergroot. Het is het startschot om vrijwilligersactiviteiten **bottom-up** te organiseren en een vliegwieltje te creëren om met enthousiasme van deze community de samenstelling van programmacommissies uit te breiden. In 2027 ontwikkelen we samen met de vrijwilligersraad beleid om de diversiteit van het vrijwilligersbestand te vergroten. We doen een aanvraag bij het VSBfonds voor financiële ondersteuning van dit plan.⁵⁵

⁵⁴ BCG-matrix - Wikipedia
⁵⁵ Vrijwilligersbeleid | VSBfonds

9.4 Fondsenwerving & sponsoring

Onze culturele- en maatschappelijke programma's hebben een **dynamische financieringsmix** en leunen op de winstgevendheid van commerciële activiteiten, horeca-opbrengsten, recette-inkomsten en externe financieringsbronnen als fondsen en sponsors. Met een stevige dosis realiteitszin, onze kernwaarden op zak en nieuwe programmalijnen starten we met behulp van subsidiespecialisten met het aanvragen van **meerjarige projectsubsidies**.

Private partijen als VSBfonds⁵⁶ en Fonds21⁵⁷ ondersteunen geregeld tweejarige ontwikkelingsprojecten binnen hun programma's *Mens & Maatschappij*, *Kunst & Cultuur* en *Jongeren & Samenleving*. Productinnovaties binnen de programmalijn **bij ons ben je verbonden** hebben financieringspotentieel. Onder het motto 'vele kleintjes maken een grote' zijn kleinere fondsen als Stichting Janivo, Zabawas, de Triodos Foundation en het Cultuurfonds Brabant ideale co-financiers.

Verzelfstandigingsoperaties en coproducties verruimen fondsenwervingsmogelijkheden. Fondsen en particuliere initiatieven ondersteunen doorgaans slechts één initiatief van een autonome entiteit in de tijd. Dat biedt kansen voor de toekomst. Kunstloc Brabant helpt ons, vanuit haar provinciale adviseringstaak, bij het samenstellen van een fondsenwervingsplan.

Met de maatschappelijk geëngageerde programmalijnen **het podium ben jij** en **bij ons kom je thuis**, komen sociaal-maatschappelijke fondsen op de radar. Het Oranje Fonds, Stichting DOEN en het Kansfonds zijn passend voor maatschappelijke initiatieven van onderaf. We willen de mogelijkheden voor sponsoring vergroten en de opbrengsten daarvan investeren in culturele- en maatschappelijke programma's.

10 TOT SLOT

Groene Engel staat midden in de samenleving en is een bloeiend podium. En of een bloem nu groeit op de vuilnisbelt of in een keurig aangeharkt perk: **laat hem bloeien!**

⁵⁶ VSBfonds

⁵⁷ Fonds21



'Het mooie is, iedereen voelt zich hier thuis. Voor het improvisatietheater moet je nogal eens uit je comfortzone, en in de knusse omgeving van Groene Engel voelt iedereen zich vrij om dit te doen'

Rhina van Stichting Chaja

'Nadat ik een paar jaar geleden met een burn-out thuis kwam te zitten en ik dus noodgedwongen tijd voor mezelf moest maken, kreeg ik ook tijd en ruimte voor vrijwilligerswerk. Nu achteraf kan ik zeggen dat Groene Engel zeker heeft bijgedragen aan mijn herstel.'

Vrijwilliger Mevsim Kilinc

11 BRONNEN

De vier sessies met een **brede vertegenwoordiging** van Groene Engel zijn bijgewoond door:

- Marco van Grunsven (penningmeester/bestuurslid)
- Tim van Noort (coördinator Jongeren en Cultuur)
- Otto de Nobel (interimmanager Horeca)
- Daan Janssen – Roosenboom (coördinator Marketing)
- Frank Schel (techniek/huismeester)
- Bart Jansen (programmeur)
- Suzanne Vlak (coördinator Producties en Evenementen)
- Eef Ebing (lid vrijwilligersraad)
- Mario Lamers (directeur)
- Jany Burgers (eerste medewerker Horeca)
- John van Rooij (vrijwilliger)
- Jet Dingemans (marketing en programmering)
- Maren Kabbedijk (producties/ticketing/preventiefunctionaris)
- Bert Engelbart (bestuurslid)
- Dennis van de Graaf (eerste medewerker bediening)
- Vincent Bongers (technicus)
- Sophie Rikken (assistent-bedrijfsleider horeca)
- Yvonne Toonen (administratie)
- Willem Jan Derijks, bestuurslid

Bij de totstandkoming van deze propositie zijn gesprekken gevoerd met:

- Dolf Warris, wethouder cultuur van de Gemeente Oss
- Oonagh van Leeuwen-Mooi, interim beleidsmedewerker cultuur van de Gemeente Oss
- Herman Tibosch, directeur Museum Jan Cunen
- Ron Meegens, programmeur Theater de Lievekamp
- Gio van Creijl, directrice Bibliotheek Oss (NNOB)
- Luc Begas, adviseur financiering en cultureel ondernemerschap Kunstloc Brabant;
- Imke de Feber, adviseur muziek en financiering Kunstloc Brabant
- Eric Japenga, adviseur publieksdata Kunstloc Brabant
- Atty Bax, adviseur Cultuuradvies op maat Kunstloc Brabant
- Johan Boonekamp, interim-directeur Muzelinck

Bij deze analyse zijn o.a. de volgende stukken gebruikt:

- Overeenkomst budgetfinanciering Groene Engel (2016)
- Scan inhoudelijke ontwikkeling en bedrijfsvoering van BMC (2019)
- Businessplan Groene Engel, Met volle kracht vooruit van Bureau Krekel (2020)
- Aanvraag podiumregeling Groene Engel 2025-2027, Fonds Podiumkunsten (2024)
- (Positief) Advies Fonds Podiumkunsten - podiumregeling 2025-2027 (2025)
- Jaarrekening 2022 Groene Engel (2023)
- Jaarrekening 2023 Groene Engel (2024)
- Sociaal jaarverslag 2022 Groene Engel (2023)
- Position Paper Groene Engel (2024)
- Beleidsnota Cultuur verbindt OnSS, Gemeente Oss (2021)
- Onderzoek Groene Engel - Firma Doen en Laten (2024)
- De messen geslepen, aanscherping cultuurvisie Oss (2016)
- Toelichting meerjarenregeling Fonds Podiumkunsten 2025-2028 (2024)

- Wij zijn Groene Engel, strategische koers (2025)
- Beleidsplan 2024-2026 Film Liga Oss (2023)
- Theater van de Stad, beleidsplan Theater de Lievekamp 2020-2023 (2019)
- Ondernemingsplan 2022 en verder, Museum Jan Cunen (2021)
- Beleidsplan NOBB 2021-2024 (2020)
- Beleidsplan NOBB 2025-2028 (2025)
- Theater van de Stad, projectplan Impulsengeldenprogramma (2017)

Bronnen van websites, artikelen en managementinstrumenten zijn opgenomen in de voetnoten van deze analyse. De stukken die om speciale aandacht vragen zijn opgenomen in de bijlagen.

BIJLAGEN

Groene Engel

HORECA

De Groene Engel
is een gemeentelijk monument
van de gemeente Rotterdam
en is beschermd als rijksmonument
nummer 512011-01

15

13

11

BIJLAGE 1

WIJ ZIJN GROENE ENGEL

- het cultuurpodium van Zuid-Nederland

Oss, 31 maart 2025

Samenwerkingsladder

Samen zijn	Juridische fusie. Eén topstructuur (RvT, directie, MT)
Samen sturen	Bestuurlijke fusie: één (of meerdere) raden van toezicht besturen meerdere rechtspersonen; voorwaarde is een personele unie. Uniformering van statuten in behulpzaam. Al dan niet te combineren met meerdere werkmaatschappijen (en eventueel meerdere directeuren).
Samen werken	Via samenwerkingsafspraken over taken en activiteiten, bijvoorbeeld te vervatten in een samenwerkingsovereenkomst.
Samen optrekken	Samen naar buiten treden, in profiel en aanbod door gezamenlijke programmerings-afspraken te maken.
Samen denken	Samen plannen maken en een gezamenlijk belang over het voetlicht brengen.
Samenkomen	Regelmatig met elkaar overleggen.

Nadere uitleg Iglo model

Het Iglo model is een kwantitatieve toetsing van de bedrijfsvoering van culturele instellingen. Met behulp van het Iglo-model wordt zichtbaar gemaakt dat het grootste deel van de gemeentelijke subsidie wordt benut voor het in stand houden van de voorziening. Met andere woorden de huisvesting, infrastructuur en staforganisatie. Dit staat dus nog los van de te realiseren culturele activiteiten, maar is wel randvoorwaardelijk om programma's en projecten te kunnen organiseren.

Berenschot heeft het Iglo model ontwikkeld. Met behulp van het Iglo-model is het mogelijk om bedrijfsvoering van de huidige en de toekomstige situatie voor de culturele instellingen, de financiering ervan door de gemeente en het resulterende exploitatiesaldo in een beleidsmatig kader plaatsen. Hierbij biedt de inrichting van de financiële huishouding conform het Iglo-model een goede basis voor een gesprek over de wijze van financiering én voor nieuwe prestatieafspraken in de toekomst. Het Iglo-model draait om het maken van onderscheid binnen de begroting naar:

A) Voorziening: huisvesting, infrastructuur en staforganisatie

Geheel gesubsidieerd op basis van meerjarige vaste lasten

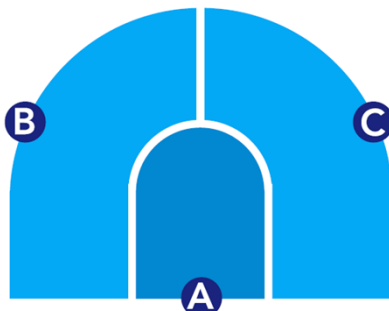
B) Subsidiabele culturele en cultuureducatieve activiteiten

Deels gedekt door eigen inkomsten, deels gesubsidieerd

C) Overige culturele, cultuureducatieve en commerciële activiteiten

B. Subsidiabele culturele en maatschappelijke activiteiten

Deels gedekt door eigen inkomsten, deels gesubsidieerd



C. Overige culturele en commerciële activiteiten

Geheel gedekt door eigen inkomsten en private financiering, zonder subsidie



A. Voorziening: huisvesting, infrastructuur en beheersorganisatie

(In principe) geheel gesubsidieerd op basis van meerjarige vaste lasten

BIJLAGE 2

WIJ ZIJN GROENE ENGEL

- het cultuurpodium van Zuid-Nederland

Oss, 31 maart 2025

BIJLAGE 3

WIJ ZIJN GROENE ENGEL

- het cultuurpodium van Zuid-Nederland

Oss, 31 maart 2025

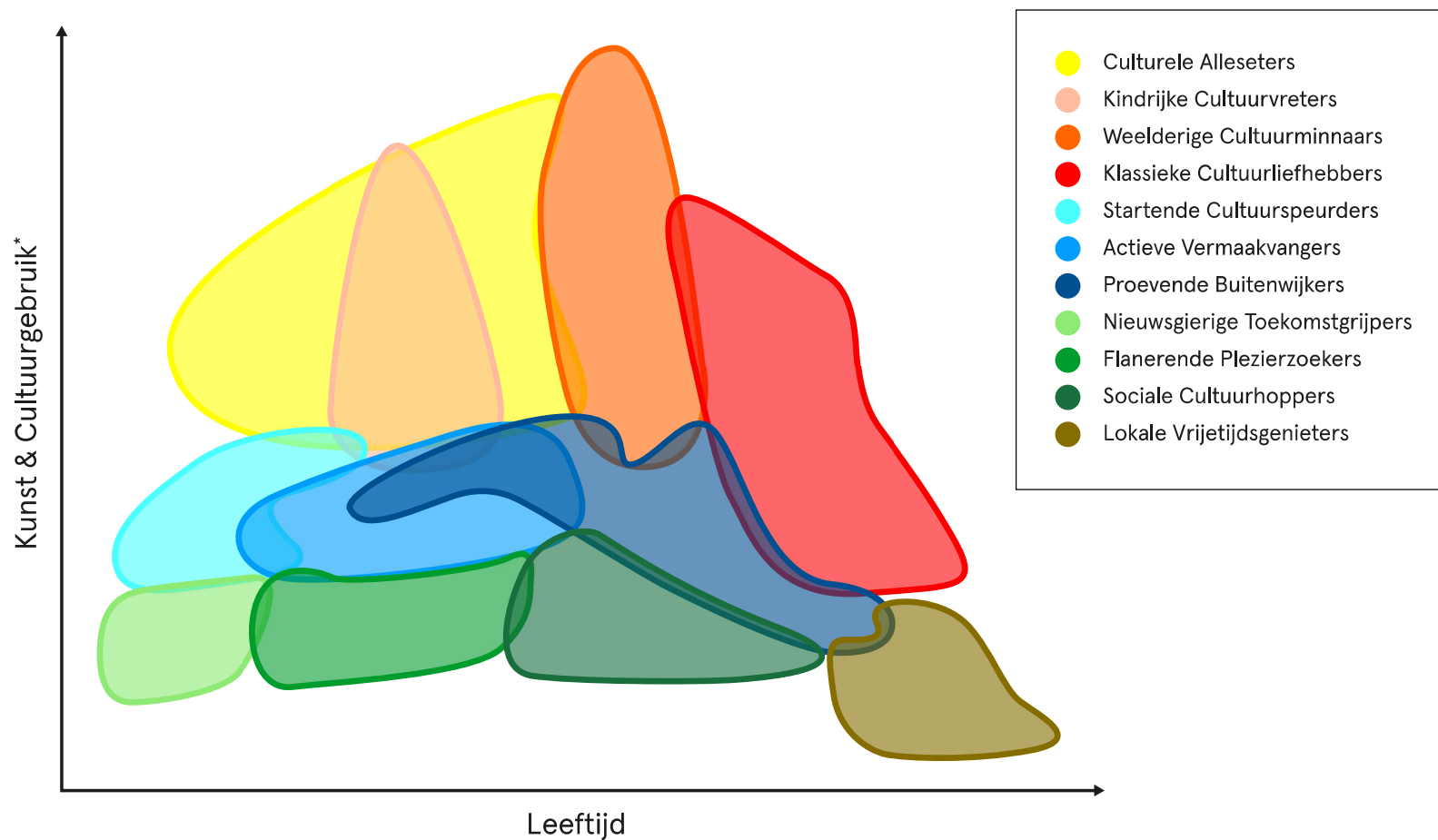
OVERZICHT CULTURELE DOELGROEPEN

Kunst & Cultuurgebruik* SUBGROEPEN		18-25	25-34	35-44	45-54	55-64	65-80+	GEMIDDELD
Intensief	8%  Culturele Alleseters Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen	*						39,3
	4%  Kindrijke Cultuurvreter Hippe ouders met jonge kinderen	*						39,5
	6%  Weelderige Cultuurminnaars Welgestelde, statusgevoelige cultuurliefhebbers				*			55,8
	16%  Klassieke Cultuurliefhebbers Fijnproevende kunstbewonderaars op leeftijd					*		71,1
Medium	5%  Startende Cultuurspeurders Avontuurlijke starters en studenten met een budget	*	*	*				31,1
	8%  Actieve Vermaakvangers Bezige bijtjes met en zonder kinderen met een voorkeur voor populaire uitjes	*						36,9
	20%  Proevende Buitenwijkers Bewoners in de randen van de stad zonder, of met oudere kinderen die gaan voor gezelligheid				*			53,7
Licht	1%  Nieuwsgierige Toekomstgrijpers Stadse jongelingen met een minimaal inkomen maar grote dromen	*	*	*				24,3
	9%  Flanerende Plezierzoekers Mensen met en zonder kinderen met een brede smaak qua uitgaan maar weinig middelen		*					35,8
	10%  Sociale Cultuurhoppers Relaxte middelbaren zonder strakke planning				*			54
	13%  Lokale Vrijtijdsgenieters Gepensioneerden met een traditionele smaak binnen eigen cultuur						*	75,1

- Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige Kunst & Culturaanbod.
- ▶ De percentages representeren de aanwezigheid in Nederland.
- * De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen.
- Komen vooral voor in de Randstad en in grotere steden. Gekeken naar Nederland in totaal is deze groep kleiner.

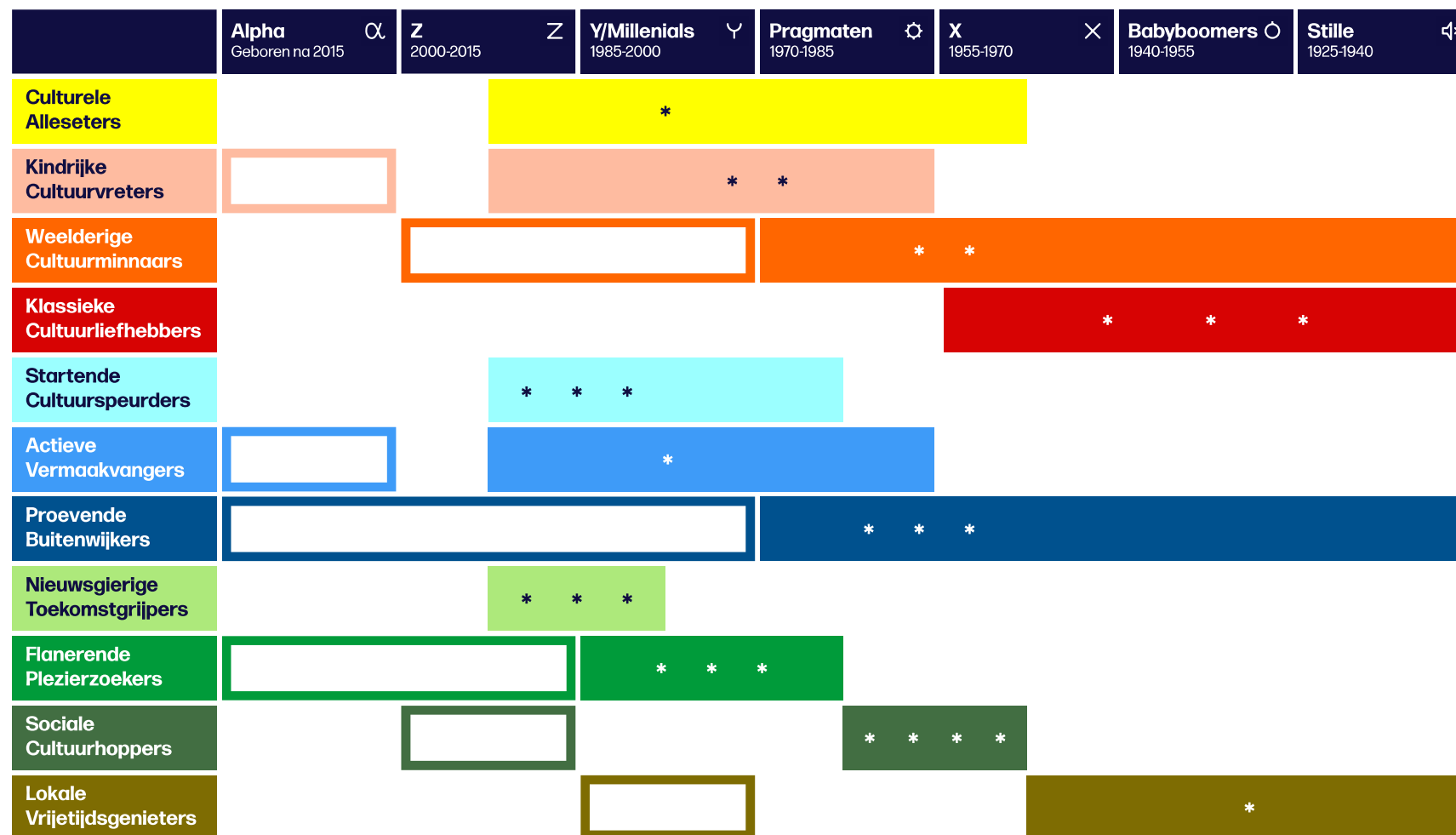
VISUALISATIE VERLOOP GROEPEN

VERHOUDINGEN TEN OPZICHTE VAN ELKAAR



* Kijkend naar de frequentie en diversiteit van het huidige aanbod.

GENERATIES CULTURELE DOELGROEPEN



De generatie van de thuiswonende kinderen van de Culturele Doelgroep (meest voorkomende).

De generatie van de Culturele Doelgroep (gehele range leeftijden, de sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen).

BESTEDINGEN CULTURELE DOELGROEPEN

VOOR, TIJDENS EN NA CULTUURBEZOEK

	Festivalbezoek	Podiumbezoek*	Museumbezoek	Gemiddelde besteding per bezoek**
Culturele Alleseters	€ 89	€ 53	€ 42	€ 68
Kindrijke Cultuurvreters	€ 93	€ 59	€ 46	€ 67
Weelderige Cultuurminnaars	€ 152	€ 62	€ 53	€ 89
Klassieke Cultuurliefhebbers	€ 119	€ 64	€ 52	€ 78
Startende Cultuurspeurders	€ 78	€ 54	€ 37	€ 60
Actieve Vermaakvangers	€ 103	€ 67	€ 49	€ 70
Proevende Buitenwijkers	€ 116	€ 68	€ 54	€ 76
Nieuwsgierige Toekomstgrippers	€ 66	€ 56	€ 28	€ 51
Flanerende Plezierzoekers	€ 88	€ 58	€ 47	€ 65
Sociale Cultuurhoppers	€ 93	€ 62	€ 44	€ 66
Lokale Vrijtijdsgenieters	€ 117	€ 59	€ 44	€ 70

Bron: Hendrik Beerd, 2022

Onder de bestedingen vallen: entree, eten & drinken bij de cultuurorganisatie, museumwinkel, overige uitgaven bij de cultuurorganisatie, parkeren, OV overnachten en overige uitgaven.

* Onder 'Podiumbezoek' vallen bezoeken aan dans, gemengde muziek, gemengde programmering, hedendaagse muziek, jazzmuziek, klassieke muziek, vlakke vloer theater en wereldmuziek.

** Gemiddelde besteding kijkend naar een bezoek aan een festival, podium, museum of gezelschap.



Deze propositie is tot stand gekomen in samenwerking met Cultuuradvies op maat van Kunstloc Brabant

E: Jan.Baanstra@kunstlocbrabant.nl

M 06 86820683

Cultuurpodium de Groene Engel

Kruisstraat 15

5341 HA Oss

www.groene-engel.nl