



Groot Mannenkoor Zwolle

Beleidsplan 2019 - 2025

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Hoofdstuk 1 Aanleiding, organisatie en bestuur	5
1.1 Aanleiding.....	5
1.2 Organisatie	5
1.3 Bestuur	5
Hoofdstuk 2 Kentallen GMZ	6
Hoofdstuk 3 Opdrachtgever	7
Hoofdstuk 4 Missie, visie en strategie	8
4.1 Missie.....	8
4.2 Visie	8
4.3 Strategie	8
Hoofdstuk 5 Doelstelling	8
5.1 Profielschets en procedure voor opvolging huidige dirigent.	9
5.2 kwantiteit	9
5.3 Uitstraling koor.....	9
5.3.1 Kleding.....	9
5.3.2 Opzetten Acquisitie team (commissie)	9
5.3.3 Repertoirekeuze	10
5.3.4 Aantrekkelijker maken concerten voor bezoekers.....	10
5.3.5 Invoeren choreografie	10
5.3.6 Opvolger cursus OJS	10
5.3.7 Projectmatig werken	10
5.3.8 Hoe krijg ik de aandacht van mogelijk nieuwe leden	10
5.3.8.1 Website aanpassen	11
5.3.8.2 Plaatsen “push” berichten in media.....	11
5.3.8.3 Mond tot mond reclame	11
5.3.8.4 Inzetten internet	11
5.3.8.5 Introductie en opvang nieuwe leden	11
5.4 Hoe houden we ons koor kwalitatief op peil?.....	12
5.4.1 Koorzangers de mogelijkheid geven zich verder te scholen	12
5.4.2 Meer uit het hoofd zingen.....	12

Hoofdstuk 6 Algemeen.....	12
6.1 Tweede dirigent.....	12
6.2 Tijdvak optredens instellen	12
6.3 Reizen	13
Hoofdstuk 7 Doelstelling en eindresultaat	13
Hoofdstuk 8 Randvoorwaarden en risico's.....	13
8.1 Deadline oplevering beleidsplan	13
8.2 Gevolgen leeftijdsopbouw GMZ.....	13
Hoofdstuk 9 Aanpak	14
9.1 Maken PvA.....	14
9.2 Voorleggen concept PvA aan het volledige bestuur.	14
9.3 Schrijven concept beleidsplan	14
9.4 Missie en enquête vragen uit concept beleidsplan naar alle leden	14
9.5 Presentatie beleidsplan in de ALV	14
9.6 Het beoogde doel van dit beleidsplan in de tijd checken.	14

Inleiding

Voor de derde achtereenvolgende keer stelt het bestuur een beleidscommissie samen die zich bezig gaat houden met een beleidsplan voor de komende zeven jaar. De tijd dat aanwas van nieuwe leden als vanzelf ging en een concert van het Groot Mannenkoor Zwolle (GMZ) veelal volle zalen trok ligt achter ons. Die rijke geschiedenis van het GMZ is in het jubileumboek uitvoerig voor het voetlicht gebracht. Maar nostalgie alleen biedt een smalle basis voor de toekomst van het GMZ.

Het Groot Mannenkoor Zwolle is een algemeen koor welke in 2017 haar 100 jarig bestaan vierde. Hoewel de afgelopen vier jaren voor ons koor relatief gunstig zijn verlopen, zowel in kwantitatief als kwalitatief opzicht, zelfs tegen de algemene trend in, wil het bestuur met dit plan het GMZ “toekomst bestendig” maken.

De beleidscommissie is gestart met het formuleren van een Plan van Aanpak (PvA). In dit onderzoeksvoorstel is beschreven wat de opdrachtgever, het bestuur van het Groot Mannenkoor Zwolle, kon verwachten.

Tot stand komen PvA

In een tweetal interviews met onze huidige dirigent Hennie Ramaekers (voortaan te noemen dirigent) hebben we vragen doorgesproken die we vooraf in een “denktanksessie” hadden geformuleerd. In het voortraject van dit PvA hebben we bewust geen onderwerpen willen vermijden, alle denkbare aspecten zijn aan de orde geweest! Het concept PvA is door het bestuur kritisch doorgenomen, na enkele mutaties is het definitieve PvA vastgesteld, waarna het beleidsplan, met enkele tussenstappen, kon worden geschreven. Een uittreksel van het concept beleidsplan, met daarin nog expliciete vragen is aan alle leden gezonden. Deze konden hun mening kenbaar maken in een vastgestelde periode voor de Algemene Leden vergadering (ALV). In de ALV wordt het definitieve beleidsplan vastgesteld.

Tenslotte willen wij als beleidscommissie nadrukkelijk opmerken dat de kracht van dit beleidsplan pas volledig tot wasdom komt indien het als een geheel gezien wordt en niet als losse aanbevelingen naast elkaar!

Heel duidelijk willen we naar voren brengen dat de Missie van ons koor niet alleen het bestuur en dirigent maar alle leden aangaat!

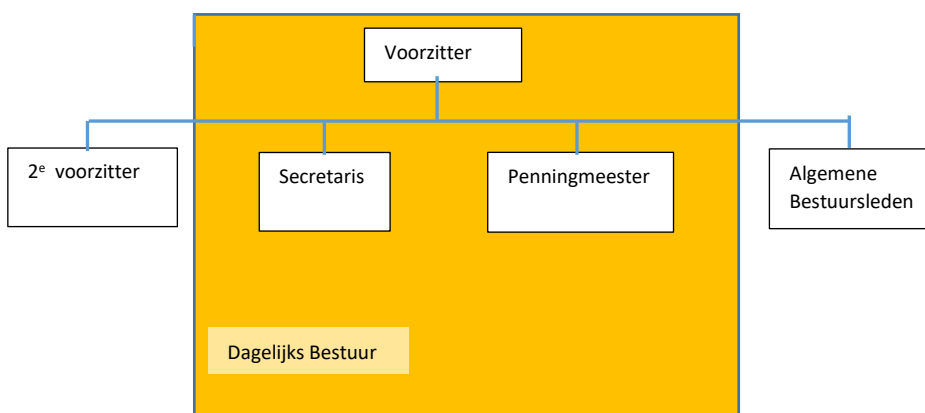
Hoofdstuk 1 Aanleiding, organisatie en bestuur

1.1 Aanleiding

De beleidscommissie heeft nagedacht over actiepunten om het GMZ inspirerend te maken voor jongere aanwas en het tevens aantrekkelijker te maken voor een groter nieuw publiek. Gezien de algemene tendens in de mannenkorenwereld, vergrijzing en afname ledental, is specifiek beleid meer noodzakelijk dan ooit!

1.2 Organisatie

Organogram bestuur Groot Mannenkoor Zwolle



1.3 Bestuur

- | | | |
|------------------------|--------------------|------------|
| - Voorzitter | Martin van Eijk | |
| - Secretaris | Hans van der Molen | |
| - Penningmeester | Gerrit Jellema | (vacature) |
| - Tweede voorzitter | Dick van Boven | |
| - Algemeen bestuurslid | Jan Ossendorp | |
| - Algemeen bestuurslid | Sebastiaan Epskamp | |
| - Algemeen bestuurslid | Han Bruins | |

Het is belangrijk een volledig bemand bestuur te hebben, niet alleen de vacatures moeten opgevuld worden, maar denk ook aan back-up voor secretaris of penningmeester!

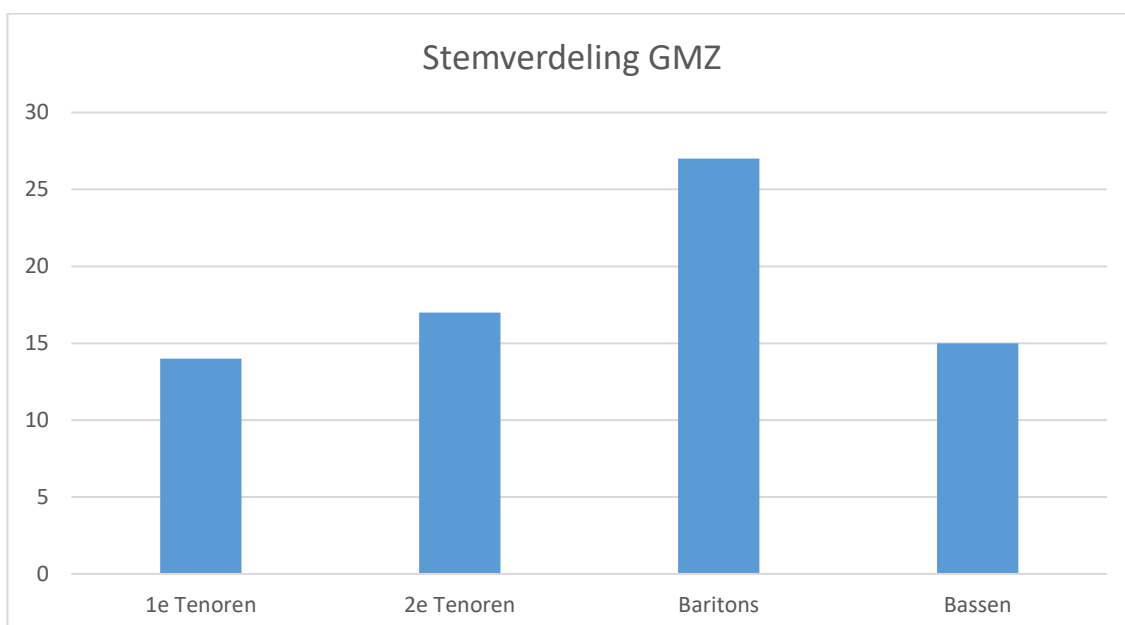
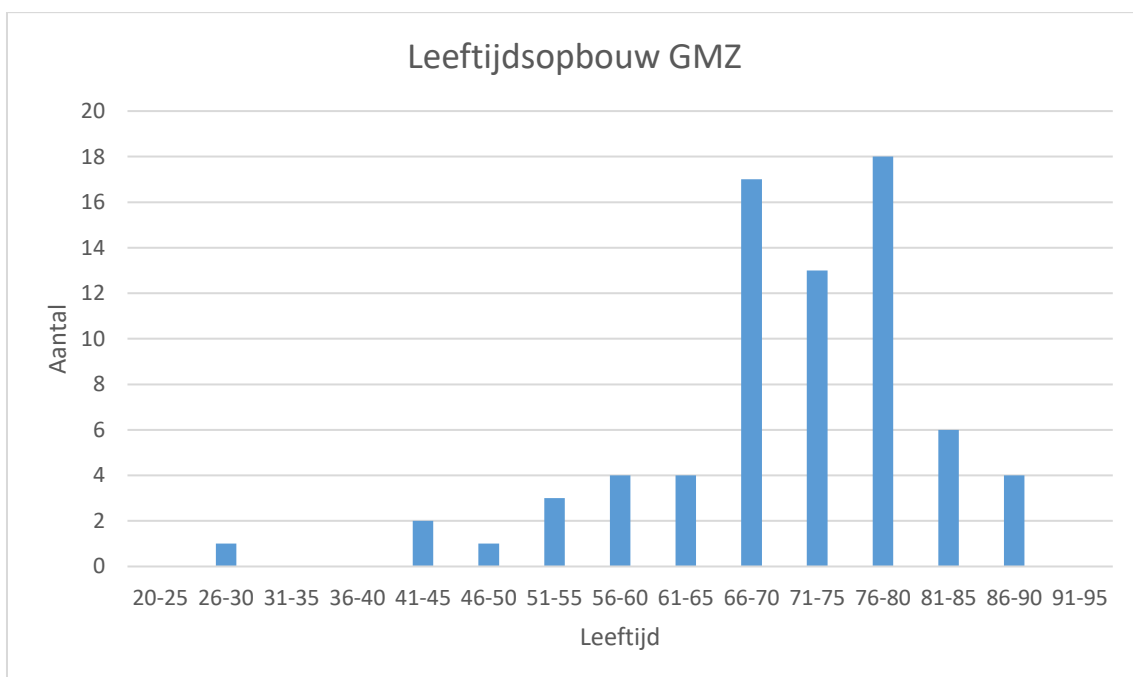
Hoofdstuk 2 Kentallen GMZ

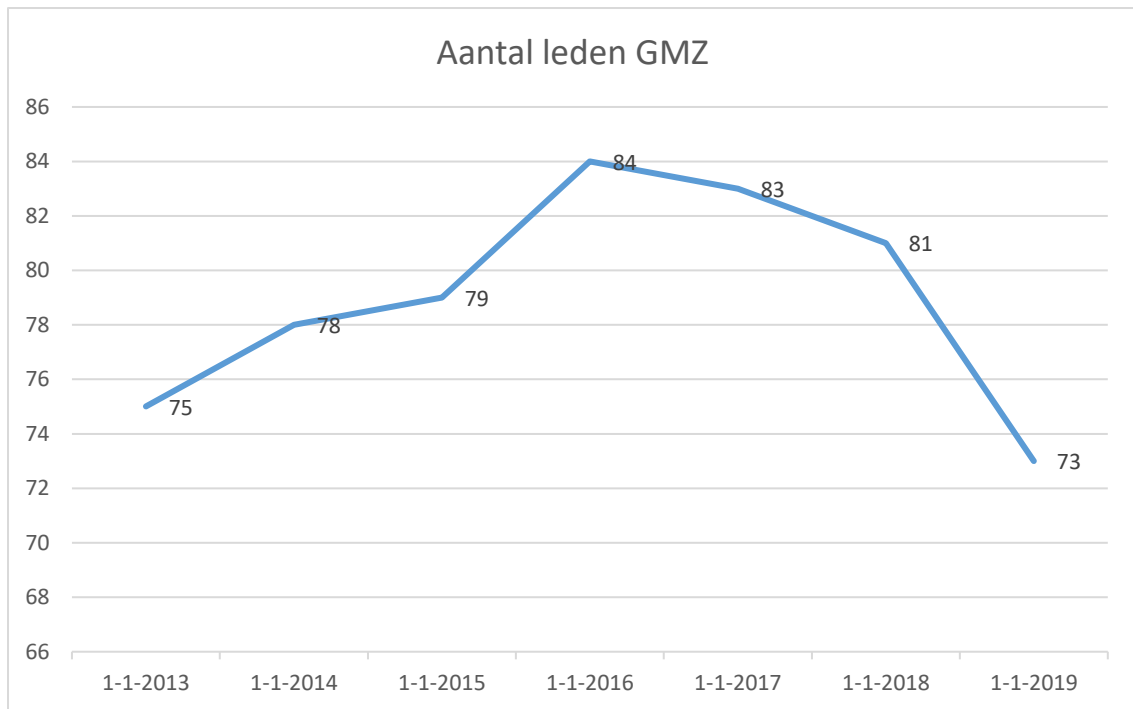
Het GMZ bestaat uit: (stand januari 2019)

- 7 bestuursleden

- 73 leden

- een 8 tal commissies voor ondersteunende taken (afhankelijk van de actuele situatie).





Uit deze gegevens kan worden afgeleid:

- Dat de leeftijdsopbouw van ons koor zodanig is dat aanwas van nieuwe leden wel zeer voorspoedig moet verlopen om de natuurlijke afname van het ledental te compenseren!
- Dat de gemiddelde leeftijd van de leden 70,5 jaar is;
- Dat 56,2 % van de leden is ouder dan 70 jaar;
- Dat de stemgroepen 1^e tenoren en bassen de meeste aandacht verdienen om versterkt te worden.
- Dat het ledenaantal vanaf 2013 tot 2016 toeneemt en vanaf 2016 weer even hard afneemt.

Hoofdstuk 3 Opdrachtgever

De opdracht voor het schrijven van een nieuw beleidsplan is verstrekt door het bestuur van het GMZ.

Hoofdstuk 4 Missie, visie en strategie

4.1 Missie

Het Grootmannenkoor Zwolle, kortweg GMZ genoemd, is opgericht op 2 juli 1917, en wil vooral de mannezing uitdragen, niet alleen klassiekers, maar steeds meer moderne en traditionele nummers. De grote reizen die het koor in het verleden gemaakt heeft, worden heden ten dage vooral weekendtrips. Voor de jongere werkende leden blijkt dit het hoogst haarbare!

- Ons koor is een algemeen koor met een uitgebreid repertoire en van een bovengemiddeld niveau. Het koor heeft al meer dan 100 jaar bijdragen aan het culturele leven in Zwolle.

4.2 Visie

Wij als GMZ zien de toekomst rooskleurig tegemoet, maar het runnen van een koor in deze tijd is een continu proces welke voortdurend aandacht behoeft om überhaupt succesvol te kunnen zijn (zie kentallen GMZ). Vooral jonge mannen zijn in deze hectische tijd moeilijk te bewegen om lid van een mannenkoor te worden, het werk, het gezin en andere ontspanning vraagt zeer veel van onze doelgroep. We moeten als koor trachten “binnen te komen” bij deze doelgroep zodat ze zingen als een welkome ontspanning ontdekken! Ook zal een totaal plaatje, het enthousiasmeren van onze doelgroep, een kosteloze basisopleiding tot koorzanger en zo men wil een structurele vervolg scholing tot het standaard pakket van ons koor moeten gaan behoren.

- Het GMZ biedt (jonge) mannen gelegenheid zich vocaal te ontplooiën en stimuleert muzikale ontwikkeling door de koorzang. In projectmatig werken en publiek optreden streeft het koor naar een moderne uitstraling.

4.3 Strategie

De commissie ziet een integrale aanpak van (verbeter) punten als een must om bovenstaande visie handen en voeten te geven. Alleen dan wordt de volle kracht benut om ons doel te bewerkstelligen.

Hoofdstuk 5 Doelstelling

Om ons doel te realiseren kiezen we de volgende strategie:

5.1 Profielschets en procedure voor opvolging huidige dirigent.

Het contract met onze huidige dirigent betreft een overeenkomst voor onbepaalde tijd, met een opzegtermijn van zes maanden. Deze opzegtermijn geldt voor de dirigent alsook voor het bestuur. Ook op een onverhoopte beëindiging van het contract heeft de beleidscommissie geanticipeerd, als bijlage is, voor het bestuur, een volledige profielschets bijgevoegd.

5.2 kwantiteit

Ondanks het natuurlijk verloop is het ledental, in de afgelopen beleidsperiode redelijk constant gebleven. In de tijd gezien wordt het probleem van het natuurlijk afnemen van het ledental alleen maar groter (zie grafiek leeftijdsopbouw GMZ). Gelukkig hebben we in de afgelopen periode “jongeren” kunnen aantrekken. Een prima onderdeel van deze ledenwerving is de cursus “Ontdek Je Stem” (OJS) gebleken, geschreven en gegeven door de huidige dirigent. Deze cursus OJS is een opleiding om aspirant zangers zonder ervaring tot “koorzanger” te scholen.

5.3 Uitstraling koor

Het stereotype beeld van een mannenkoor is bij ieder bekend. Maar willen wij ons als koor onderscheiden, dan zal ook de uitstraling van het koor moeten veranderen. Te denken valt aan:

5.3.1 Kleding

Ons standaard kostuum voldoet niet altijd aan de eisen van de huidige tijd. We moeten meer gevarieerd en hedendaags gekleed gaan! Ons blauwe vest is een eerste goede stap, een sportief overhemd zou een tweede kunnen zijn.

5.3.2 Opzetten Acquisitie team (commissie)

We moeten een Acquisitie-team samenstellen die continu de markt af zoekt naar mogelijkheden van optredens (laat je zien!). Alle info in media en culturele bladen in de wijde omgeving zouden nageplozen moeten worden om de mogelijkheid van een optreden te onderzoeken. Meerdere optredens met gebruikmaking van populaire goedkopere solisten e.d. vergroten de bekendheid van het koor. Dit team bestaande uit leden en een bestuurslid zou een concertjaarprogramma moeten samenstellen.

- Het GMZ moet er zijn op belangrijke momenten / evenementen in onze omgeving! Door het voortdurend in de publiciteit staan, zal de aandacht op ons koor gericht blijven, iets waarvan wij ongetwijfeld zullen profiteren!

5.3.3 Repertoirekeuze

We zijn op de goede weg, de ingezette lijn kan doorgetrokken worden, het “oude” standaard mannenkoor werk moet verder plaatsmaken voor de nieuwe repertoirekeuze, welke nog meer op deze tijd is afgestemd. B.v. filmmuziek en (nog) meer lichte muziek!

5.3.4 Aantrekkelijker maken concerten voor bezoekers

Het bestuur van het GMZ zou bij het organiseren van concerten, andere ensembles voor deelname kunnen uitnodigen om meer afwisseling te creëren, zodat het optreden meer dynamisch wordt, en de toeschouwers geboeid blijven.

5.3.5 Invoeren choreografie

In plaats van op te treden als een volledig statisch koor kan de toevoeging van een extra choreografische dimensie aan onze zang het koor aantrekkelijker maken bij het publiek. Zonder dat het gehele koor op ballet hoeft, kan een zeer bescheiden toevoeging van eenvoudige bewegingen het geheel dynamischer maken. We denken aan het toevoegen van kleine beweeg elementen, eventueel uitgevoerd door een beperkt groepje zangers, om gezongen teksten te ondersteunen. Deze aanvulling moet gecoördineerd worden door een deskundige.

- Maak een optreden sprankelender!

5.3.6 Opvolger cursus OJS

Met het vertrek van de huidige dirigent zal ook de door hem gegeven cursus OJS te vervallen. Voor ledenwerving en opleiding kunnen we OJS dan niet meer inzetten. Dit hiaat wordt opvangen door in het profiel van de nieuwe dirigent het geven van een basiscursus “van aspirant tot koorzanger” op te nemen.

5.3.7 Projectmatig werken

Het spreekt jonge mensen aan om projectmatig te werken. Doelgerichte projecten zijn van deze tijd. In een vastgestelde termijn een klus klaren en naar een climax (concert) toe werken is in het bedrijfsleven vaste prik.

5.3.8 Hoe krijg ik de aandacht van mogelijk nieuwe leden

In onze maatschappij zijn vele “slapende” zangers, voor wie zingen wel leuk lijkt, maar het er nog nooit van gekomen is. We moeten als koor

alles in het werk stellen om de aandacht van deze potentiële zangers te trekken!

Hoe kunnen we deze groep mannen triggeren, aantrekken en behouden?

5.3.8.1 Website aanpassen

Hoewel op de website alles te vinden is, kan de huidige uitstraling, na een aantal jaren wel weer een opfrisbeurt gebruiken. Dit om de aandacht van potentiële zangers met interesse, meer vast te houden. De beleidscommissie adviseert het bestuur dan ook met de huidige beheerders van de website en in- of externe deskundige(n) dit punt op te pakken.

5.3.8.2 Plaatsen “push” berichten in media

We zijn gewend om alleen in geval van concerten in de media van ons te laten horen. Wij zouden ook, tussen de optredens door, meer moeten adverteren. Bij het starten van projecten en het weer beginnen na vakantie zou een push bericht potentiële zangers aan kunnen trekken.

5.3.8.3 Mond tot mond reclame

Mond tot mond reclame blijkt ook heden ten dage het meest effectieve middel om nieuwe leden enthousiast te maken. Onze leden moeten zich hier nog meer van bewust zijn en dit middel inzetten bij familie, kinderen, kleinkinderen, kennissen, verenigingen enz. enz.

5.3.8.4 Inzetten internet

Op Internet ligt de wereld aan onze voeten. Via de sociale netwerksite Facebook en WhatsApp kunnen we hele groepen bereiken. You Tube is ook een middel om onze doelgroep te bereiken. Als alle leden hiervan weet hebben, kan dit extra publiciteit opleveren en daardoor mogelijk nieuwe leden!

5.3.8.5 Introductie en opvang nieuwe leden

De introductie en opvang van nieuwe (aspirant) leden moet op een professionele wijze gebeuren en niet alleen afhankelijk zijn van de welwillendheid van koorleden.

5.4 Hoe houden we ons koor kwalitatief op peil?

De afgelopen beleidsperiode heeft ons, dankzij een zeer inspirerende dirigent, ook in kwalitatief opzicht, goed gedaan. We zijn nu zeker een prima B koor en schurken behoorlijk tegen de A status aan. Omdat we deze kwaliteit graag willen behouden, moeten wij de volgende items inzetten:

5.4.1 Koorzangers de mogelijkheid geven zich verder te scholen

Naast de opleidingscursus tot koorzanger moet de individuele zanger, zo hij dit wenst, de mogelijkheid krijgen zich structureel verder te scholen, om zodoende zijn kwalitatieve bijdrage aan het koor te verbeteren.

5.4.2 Meer uit het hoofd zingen

Het meer uit het hoofd zingen kan de uitstraling van het koor ten goede komen. Kwalitatief gezien kan dit zowel positief als negatief uitpakken. Een bepaalde zanger gaat mogelijk meer aan de studie, een zwakkere zanger zal zijn map echt gaan missen. Wij als commissie denken dat met het grote repertoire en de wisselende moeilijkheidsgraad de keuze hierover moet liggen bij de dirigent: alleen uit het hoofd zingen als dit verantwoord is!

Hoofdstuk 6 Algemeen

6.1 Tweede dirigent

Het inzetten van een tweede dirigent is in het recente verleden niet altijd succesvol gebleken. Van een echte klik was, hoe goed bedoeld ook, geen sprake, waardoor de kwaliteit van een optreden onder druk kwam te staan. Als commissie zijn we er sterk voor om alle concerten door een vaste dirigent uit te laten voeren of, als dit niet mogelijk is, door een volwaardige vaste tweede dirigent mits het koor met hem/haar een “klik” heeft. Deze tweede dirigent moet dan wel voldoende gelegenheid krijgen (lees ingepland worden) om die “klik” te bewerkstelligen.

6.2 Tijdvak optredens instellen

Om een volwaardig GMZ op de planken te krijgen moet er, zo is gebleken, in principe, geen optreden meer gepland worden na 1 mei. In de praktijk blijkt dat vele leden dan al vakantie hebben.

6.3 Reizen

De commissie vindt dat ons koor niet meer als een “reiskoor” bestempeld kan worden. Doordeweekse reizen blijken voor jongere leden veelal niet haalbaar. Het is aan te bevelen reizen te beperken tot een (lang) weekend. Daarnaast is een duidelijk doel van de reis gewenst, b.v. meedoen aan een korenfestival of een uitwisseling met andere koren.

Hoofdstuk 7 Doelstelling en eindresultaat

Als beleidscommissie willen we dat het uiteindelijke resultaat, een nieuw beleidsplan voor de jaren 2019 – 2025, inhoudelijk aansluiting vindt bij de grote meerderheid van het koor, zowel de jonge als oudere leden zullen zich in het nieuwe beleidsplan moeten kunnen vinden.

Hoofdstuk 8 Randvoorwaarden en risico's

8.1 Deadline oplevering beleidsplan

De beleidscommissie heeft het voornemen om het nieuwe beleidsplan in het voorjaar 2019, voor de ALV, te presenteren.

8.2 Gevolgen leeftijdsopbouw GMZ

Gezien de huidige leeftijdsopbouw van het koor, zie grafiek leeftijdsopbouw, is bijna de helft van de leden ouder dan 70 jaar! Ondanks een relatief goede instroming in het verleden zal er steeds meer rekening gehouden moeten worden met een natuurlijk afnemen van het ledental. Daardoor zullen ook de inkomsten afnemen, wat een contributieverhoging waarschijnlijker maakt. Mogelijk vormt deze ontwikkeling ook een beperking in de bedrijfsvoering van het GMZ.

Hoofdstuk 9 Aanpak

Om het einddoel, een nieuw beleidsplan, te bereiken is de volgende weg bewandeld:

9.1 Maken PvA.

De beleidscommissie is mei 2018 gestart met het formuleren van een PvA, in dit onderzoeksvorstel is beschreven wat de opdrachtgever, het bestuur, van het Groot Mannenkoor Zwolle, kan verwachten.

9.2 Voorleggen concept PvA aan het volledige bestuur.

Met deze stap wilden we draagvlak creëren van het bestuur. In de bestuursvergadering van 14 november 2018 is het concept PvA besproken. De mutaties zijn verwerkt in het definitieve PvA.

9.3 Schrijven concept beleidsplan

Na het vaststellen van het definitieve PvA is een concept beleidsplan geschreven.

9.4 Missie en enquête vragen uit concept beleidsplan naar alle leden

Met deze stap willen we draagvlak creëren van het gehele koor. Hiervoor hebben we een enquêteformulier met specifieke vragen naar alle leden gestuurd. De uitkomsten van deze enquête zijn in hoofdlijnen in het beleidsplan meegenomen.

9.5 Presentatie beleidsplan in de ALV

Het dan ontstane beleidsplan wordt, door het bestuur, in de ALV gepresenteerd.

9.6 Het beoogde doel van dit beleidsplan in de tijd checken.

Dit beleidsplan zal tijdens de looptijd van 2019 – 2025 om de twee jaar op voortgang en resultaat worden bekeken, hierdoor wordt dit plan geen papieren tijger. Vanuit het bestuur, welke dit proces in haar jaarplanning opneemt, wordt de beleidscommissie hiervoor getriggerd (dus begin 2021, 2023 en 2025).

Namens de Beleidscommissie:

Frits de Beer, Henk Stegeman en Jan Wissink (Leden)

Hans van der Molen en Han Bruins (Bestuur)