



Aan het college van
Burgemeester en wethouders
van de gemeente Maassluis

Ons kenmerk: 20176/u
Betreft: advies business case Koningshof

Maassluis, 9 mei 2017

Geacht college,

U heeft de CRM bij verzoek van 1 mei 2017 gevraagd advies uit te brengen over de nu voorliggende Business Case Koningshof. Met genoegen brengt de CRM onderstaand advies uit.

Inleiding

De Culturele Raad Maassluis (CRM) heeft in de afgelopen periode herhaaldelijk advies uitgebracht over de toekomst van Theater Koningshof.

Reeds in 2014 heeft de CRM aandacht gevraagd voor een duurzame visie op de Koningshof vanuit de gemeente. In september 2016 heeft de CRM een advies uitgebracht over de op dat moment beschikbare rapporten. De CRM heeft daarin klip en klaar opgeroepen om tot een breed Huis van Cultuur te komen met een duidelijk profiel.

Ook recentelijk (februari 2017) heeft de CRM nog een advies uitgebracht en inspraak gegeven op de op dat moment voorliggende stukken vanuit het college.

Het advies overall

De CRM heeft de business case bestudeerd en komt tot een aantal positieve constatering maar heeft ook nog een aantal serieuze aandachtspunten en vragen over de business case. Daarnaast vindt u aan het eind van het advies nog een aantal meer gedetailleerde opmerkingen waar de schrijvers en uitwerkers van de business case hun voordeel mee kunnen doen.

De CRM is verheugd te constateren dat onze eerdere geluiden en adviezen hebben geleid tot een business case voor de Koningshof met een duidelijk (cultureel) profiel. Cultuur is de verbindende schakel, ook waar het meer maatschappelijke en sociale doelen betreft. Terecht vermeldt de business case dat Cultuur zowel een doel als een middel is. Kortom, de (inhoudelijke) koers die in deze business case wordt gepresenteerd, wordt door de CRM van harte ondersteund. Ook veel van de ideeën die daarbij worden gepresenteerd kunnen wij omarmen (zie Positieve punten)

In meer algemene zin constateert de CRM wel dat er sprake is van veel mooie woorden en ambities maar dat in de business case onvoldoende aandacht is besteed aan hoe die ambities dan te realiseren. Op een aantal punten vragen wij ons af op welke gronden / doelen deze ambities gestoeld zijn en – veel belangrijker nog – op welke wijze deze dan worden gerealiseerd.

Op hoofdlijnen maakt de business case duidelijk dat er qua exploitatie en bedrijfsvoering twee conclusies te trekken zijn.

Allereerst wordt vastgesteld dat voor het huidige subsidiebedrag een faciliteit als Koningshof niet gerund kan worden. Hoewel wij nog vragen hebben over de financiën, lijkt ons de grootte van de benodigde subsidie wel gegrond. Immers dat bleek ook al uit het rapport van BMC alsmede de overduidelijke benchmark ten opzichte van andere gemeenten die daarin was opgenomen. De CRM steunt dus dit uitgangspunt.

Daarnaast zijn investeringen in de faciliteiten noodzakelijk. De businesscase bevat concrete plannen daartoe.

In het kort: de CRM is heel erg positief over het ‘Wat’ maar heeft aandachtspunten bij het ‘Hoe’.

Positieve punten van de Business Case

De CRM wil graag de volgende punten als positief naar voren brengen:

- Koningshof krijgt een duidelijk cultureel profiel.
- Er wordt ingezet op samenwerking met en tussen de vaste bewoners en enkele structurele samenwerkingspartijen (ketenpartners). De daarbij voorgestelde co-creatierraad is een goed middel daartoe.
- Koningshof geeft aan duidelijk de rol te willen spelen als verbinder en facilitator voor lokale initiatieven en producties. Dat is een belangrijk punt ook in de cultuurvisie.
- Koningshof wil haar programmering beter afstemmen op de lokale wensen en behoeften.
- Er blijft aanbod van professionele voorstellingen. Daarbij wordt aangegeven juist ook de verbinding te willen leggen tussen professionele en amateurvoorstellingen. Dat is mooi.
- Men wil doelgroepen vaker mede-creator maken. Waarbij leren, talentontwikkeling, productie en consumptie in elkaar overvloeien. Dat is een goede visie op de huidige tijd en ontwikkelingen.
- Al deze punten sluiten goed aan bij de inhoud van de gemeentelijke Cultuurvisie alhoewel de CRM het jammer vindt dat deze connectie in het document pas ergens in hoofdstuk 7 (exploitatie) wordt gelegd.
- Er is aandacht voor de bestuurlijke verhoudingen tussen de diverse partners (zie ook aandachtspunten).
- Positief vindt de CRM de visie dat het bestuur meer op afstand zou moeten staan met een duidelijke bestuurlijke en controlerende taak. Dat betekent wel dat er dan ook voldoende uitvoerend personeel moet zijn om sturing en uitvoering aan de gestelde ambities te geven.
- De business case geeft (weliswaar op hoofdlijnen) een duidelijk beeld van de financiën (zie ook aandachtspunten).
- De business case geeft heel helder weer welke investeringen er gewenst en/of noodzakelijk zijn om bepaalde activiteiten mogelijk te maken. Dat verdient een compliment (zie ook aandachtspunten).

Aandachtspunten en vragen over de Business Case

De CRM heeft naast de overwegend positieve koers nog wel de nodige aandachtspunten en vragen. Deze staan hieronder puntsgewijs weergegeven.

- Hoewel de Koningshof hét Cultuurcentrum van Maassluis wil zijn, wordt in de business case geen stip op de horizon gezet qua te realiseren doelen. De CRM mist ook de visie en ambitie om eventuele andere partijen die heel goed in deze koers zouden kunnen passen hierop aan te laten sluiten. En aan de andere kant: wat te doen met gebruikers / huurders die eigenlijk juist niet passen bij deze ambitie?
- Koningshof wil graag meer programmeren op de lokale behoefte. Op geen enkele manier wordt in de business case een voorstel gedaan hoe men dit gaat realiseren. Hoe weet men wat die lokale behoeften zijn? Op welke wijze gaat men dit organiseren?
- De co-creatieraad is een positief gegeven. Echter in het document wordt ook gesteld dat het wel nodig is om concrete doelen en werkwijze af te spreken. Waar gaat de co-creatieraad nu wel en niet over? Welke inbreng hebben de andere partijen nu precies als de Stichting Koningshof zowel beheerder als eigen programmeur is? Wie bewaakt dat het “Theater” eigenlijk ook gewoon een van de gebruikers is naast de andere structurele partners?
- Naast het inhoudelijke deel van de samenwerking, heeft de CRM ook geconstateerd dat de structurele gebruikers van de Koningshof ook wensen en behoeften hebben als het gaat om de faciliteiten en het beheer van de Koningshof. Hoewel deze partijen in het inhoudelijke gedeelte van het document vaak worden getypeerd als ketenpartners (samenwerking) worden zij in het niet-inhoudelijke gedeelte van de business vaak weer benoemd als ‘huurders’ of ‘klanten’ (meer op afstand). Hoe gaat het bestuur ervoor zorg dragen dat alle structurele gebruikers van de Koningshof hun wensen en behoeften kunnen inbrengen? Zodanig dat er echt een Koningshof ontstaat die van, voor en door Maassluis is?
- De filmavond (Cinemaandag) wordt inhoudelijk goed gemotiveerd. Echter, hoe realistisch is het om te spreken van een ‘avondje uit’ als je film op maandagavond programmeert? En welke doelgroep bedienen we hier dan met name?
- De CRM mist in de business case de onderbouwing voor de groei van het aantal professionele voorstellingen. Waarom deze groei? Welk doel dient dat? En op welke wijze verhoudt zich dat tot de bredere ambities? Zijn het juist niet de professionele voorstellingen die al ver van te voren moeten worden gepland waardoor de mogelijkheden voor lokale initiatieven (die vaak op kortere termijn tot stand komen) in de agenda worden beperkt?
- De CRM mist bij de meerjarenbegroting een onderbouwing van de opgenomen trends. In vrijwel alle posten (zowel aan de kosten- als inkomstenkant) worden in de komende 5 jaar groeiende cijfers verwacht. Zowel voor besteding van toeschouwers, in de verhuur, in de horeca en bijvoorbeeld van sponsoring. Waar komen deze cijfers vandaan en waar zijn zij op gebaseerd? Hoe realistisch zijn deze verwachtingen? De business case geeft daar geen uitsluitsel over.

Overige opmerkingen

- Het is onduidelijk op welke gronden de cijfers zijn gebaseerd die staan opgenomen in de tabel met bezettingsgraad op pagina 5.
- Op pagina 6 wordt gesteld dat film van belang is voor de exploitatie. Er worden echter geen cijfers gegeven in welke mate filmprogrammering financieel aantrekkelijk is voor de exploitatie van Koningshof. Dit is ook niet terug te vinden in de meerjarenbegroting.
- De CRM ondersteunt van harte het idee dat er specifieke gereduceerde tarieven gelden voor lokale productie / initiatieven. Echter, de business case stelt ook dat het nodig is om gereduceerde prijzen te hanteren voor minder bededen in onze samenleving, bijvoorbeeld in de vorm van een reductiepas. Waar de eerste stelling wel thuishoort in een businesscase, zou de tweede stelling niet in een business case opgenomen moeten worden. Het is een politieke beschouwing of je op deze wijze meer mensen van een productie moet kunnen laten genieten, dat is niet aan Koningshof. De CRM vindt een reductiepas overigens een goed idee.
- Op pagina 11 wordt wat negatief gesteld dat als groepen alleen hun eigen activiteit willen programmeren zij alleen bijdragen aan een hogere bezettingsgraad. Is dat een probleem dan? Het lijkt de CRM prima als ook daardoor de bezettingsgraad wordt verhoogd.
- Op pagina 12 wordt de connectie met de Cultuurvisie gemaakt. Daarin wordt gesteld ook meer kinderen en jongeren te betrekken. Deze stelling wordt echter verder in de business case niet echt uitgewerkt. En komt dus een beetje uit de lucht vallen.
- De bedragen die in alinea 7.3 worden weergegeven hebben geen onderbouwing.

De CRM hoopt met bovenstaande u voldoende te hebben geadviseerd.

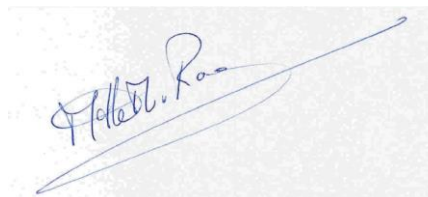
Met vriendelijke groeten,
De Culturele Raad Maassluis

De secretaris



G. Rikhof

De voorzitter



M. van Raaij

c.c. de gemeenteraad.