

## **Handboek Cultureel Ondernemen**

**Auteurs: Boris Franssen, Peter Scholten, Marc Altink (stichting Kunst & Zaken)**

**ISBN: 9789023245087**

**Prijs: 29,50 euro (incl. BTW, excl. verzendkosten)**

**172 pagina's, zwart-wit**

### **Uitgave van Kunst en Zaken**

Cultureel ondernemen is inmiddels een veelgebruikte term, waarover veel wordt geschreven in beleidsnota's, kranten- en tijdschriftenartikelen en vakbladen. De "faam" van cultureel ondernemen is niet in de laatste plaats te danken aan de introductie van het profijtbeginsel in het cultuurbeleid van minister Plasterk van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. Ondanks deze recente populariteit, is relatief weinig Nederlandse managementliteratuur over cultureel ondernemen beschikbaar. Dit handboek probeert in de behoefte te voorzien.

Culturele ondernemers zoeken naar mogelijkheden om hun culturele doelen zo goed en duurzaam mogelijk te kunnen realiseren. Het kiezen van een uitgebalanceerde financieringsstrategie, die in het teken staat van inkomstendiversificatie en het optimaliseren van eigen inkomsten, past hierbij.

Er zijn echter meer facetten die onlosmakelijk aan dit onderwerp zijn verbonden. In dit handboek worden de volgende vragen beantwoord: Wat wordt precies bedoeld met cultureel ondernemen? Hoe doe je het en vooral, wat levert het concreet op? Zijn culturele instellingen altijd maar afhankelijk van giften en subsidies? Kun je het maatschappelijk en cultureel rendement van instellingen meten en daar op inspelen?

Met het 'Handboek Cultureel Ondernemen' bieden de auteurs iedereen die belang heeft bij het cultureel ondernemen (investeerders en ondernemers) een handleiding bij het vertalen van 'verheven missies' naar praktisch ondernemen. Aan de hand van voorbeelden wordt de theorie en praktijk van het cultureel ondernemen in Nederland zichtbaar gemaakt.

Uit het voorwoord door Ryclef Rienstra, directeur VandenEnde Foundation en lid van de Commissie Cultuurprofijt:

"...De economische betekenis van kunst en cultuur wordt steeds relevanter. Dit stelt nieuwe eisen aan de kunstenaars en hun intermediairs. Het vraagt een meer ondernemende instelling: niet alleen kunst maken en aanbieden, maar ook een publiek vinden dat bereid is om hiervoor een reële prijs te betalen. Nieuwe partijen moeten verleid worden om te investeren of anderszins financieel bondgenoot gemaakt worden..."

...Dit handboek biedt een bundeling van kennis en inzichten die de cultureel ondernemer behulpzaam kan zijn bij het formuleren van een missie, bij het opzetten en uitwerken van een strategie om deze te verwezenlijken, bij het realiseren van een gezonde bedrijfsvoering en bij het bewaken van de juiste balans tussen artistieke kwaliteit en zakelijke doelstellingen...

## **Inhoud 'Handboek Cultureel Ondernemen':**

Voorwoord Inleiding en leeswijzer

1 Cultureel ondernemen

2 Bedrijfsplanning voor culturele ondernemers

3 Bedrijfsvoering en besturing

4 Culturele marketing

5 De financiering van cultureel ondernemen

6 Eigen inkomsten voor culturele ondernemers

7 Prestatiemanagement

Bijlage quickscan bedrijfsvoering

Dankwoord