

# BELEIDSPLAN DE ZWAON

2020 - 2022



*"Een nieuwe generatie inspireren met kunst als verbindend element"*



---

## Voorwoord

Dit beleidsplan geeft inzicht in de manier waarop Stichting De Verbindende Zwaan haar werk uitvoert om haar doelstelling te bereiken.

Het project behelst het creëren en realiseren van een kunstwerk in combinatie met een ontmoetingsplaats. Het 'sculptuur' is geïnspireerd op het wapen van Huissen. De Zwaan als baken van herkenning. Binnen de thematieken van het initiatief staat alles in het teken van "verbinden".

Het kunstwerk is een sculpturale abstractie van een zwaan. Geïnspireerd op de eenvoud van de vouwtechniek van het origami is het lijnenspel van de Zwaan ontstaan. In combinatie met licht wordt het meer dan slechts een statisch object. Het beeld staat voor een nieuwe generatie, de verbinding tussen jong en oud.

Het doel is om men anders naar de geschiedenis van Huissen te laten kijken. De oudere generatie zal er zeker de verwantschappen van de zwaan in herkennen terwijl de jongeren zich verwonderen over de oplichtende signatuur en daarin op een andere manier worden geïnspireerd te kijken naar de geschiedenis en cultuur van de stad.



---

## Inhoud

Voorwoord .....	2
1 Inleiding .....	4
Update: oktober 2021 .....	4
2 Termijn van het beleidsplan .....	5
2.1 Onze missie.....	5
2.2 Onze visie.....	5
2.3 Onze doelstellingen .....	5
2.4 Strategie .....	5
2.5 Marketing .....	6
2.5.1 Marketing richting de toekomst.....	6
3 Huidige situatie.....	7
Organisatie .....	7
Bestuur .....	7
4 Financiën en het werven van gelden.....	8
4.1 Financiering .....	8
1. Donateurs .....	8
2. Ambassadeurs .....	8
3. Cultuurfondsen.....	8
5 Publiciteitsplan .....	9
5.1 Materialen en middelen .....	9
5.2 Financiën P&R.....	9
5.3 Communicatie taken .....	10
5.4 Doelgroep Stichting De Verbindende Zwaon .....	10
5.5 Wat is de doelstelling van de Stichting op communicatie .....	10
5.6 Manier van communiceren .....	11



---

## 1 Inleiding

### DOELSTELLING VAN STICHTING DE VERBINDENDE ZWAON

Zoals de stichting al in haar naam heeft ontsloten is het de doelstelling van de stichting om verbinding te maken doormiddel van een kunstwerk. Het te realiseren kunstwerk is een prominent baken van herkenning voor de inwoners van Huissen. Het kunstwerk zal door haar plek in de openbare ruimte een grote bijdrage gaan leveren aan de nieuwe entree van de stad. Het kunstwerk slaat een brug tussen jong en oud met behoudt van de cultuurhistorische waarde waarbij vooral de jongere generatie geïnspireerd en betrokken en bereikt dient te worden.

Samen met gemeente Lingewaard is er gezocht naar de meest geschikte locatie voor het kunstwerk. Na dat er een potentiële locatie is aangewezen ligt de focus van de stichting op:

1. Oprichting van de stichting
2. Het voldoen aan de benodigde eisen voor het kunnen realiseren van het kunstwerk
3. Het verkrijgen van de bouwvergunning
4. Het vergaren van voldoende financiële middelen om aan het kunstwerk te realiseren en te kunnen onderhouden

De stichting stel zich als doel om in 2022 te kunnen gaan starten met de bouw van het kunstwerk.

#### Update: oktober 2021

De stichting heeft de bouwvergunning ontvangen van Gemeente Lingewaard. Hiermee is dan ook voldaan aan alle benodigde procedures en aanverwante onderzoeken die nodig zijn geweest voor het verkrijgen van de bouwvergunning. Het kunstwerk mag gerealiseerd worden aan de Ir. Molsweg [Kad. sect. I nr: 3122 kunstwerk] in Huissen (51°56'31.8"N 5°56'21.6"E, groene terp aan de randweg, de entree van de stad).



---

## 2 Termijn van het beleidsplan

Ons beleidsplan vervalt op het moment dat de stichting haar doelstelling heeft bereikt. Het beleidsplan wordt regelmatig geüpdatet.

### 2.1 Onze missie

De stichting heeft als missie om verbinding te maken tussen jong en oud doormiddel van een kunstwerk. Een kunstwerk gerelateerd aan de cultuurhistorische waarden van Huissen. Een baken van herkenning aan de rand van de stad.

### 2.2 Onze visie

De visie van de stichting is het gerealiseerd hebben van een ontmoetingsplek waar, jong en oud, stil kunnen staan bij en op een verfrissende manier naar de geschiedenis van Huissen kunnen kijken. De oudere generatie ziet er de verwantschappen in van de zwaan terwijl de jongeren generatie zich verwondert over de oplichtende signatuur en daarin op een andere manier geïnspireerd kijkt naar de rijke geschiedenis en cultuur van de stad Huissen.

### 2.3 Onze doelstellingen

Om onze missie en visie te kunnen realiseren heeft de stichting de volgende doelstellingen geformuleerd:

- Enthousiasme en draagvlak creëren bij burgers en politiek
- Zoeken van geschikte locatie
- Mogelijkheden naar haalbaarheid onderzoeken
- Aanvragen van (bouw)vergunningen
- Vergaren van voldoende financiële middelen voor de realisatie
- Bouw van het kunstwerk

Naast het realiseren van deze doelstellingen voor het kunstwerk in Huissen loopt er een paralleltraject voor de realisatie van een 'twin' kunstwerk in Kleve (DE).

### 2.4 Strategie

Sinds 2018 drijft het project, al dan niet aangestuurd door het bestuur van de stichting, op vrijwilligers. Vanaf dat moment is er stap voor stap door deze vrijwilligers, bestuursleden, politiek en enthousiastelingen gewerkt naar de realisatie van het kunstwerk. Van oprichting van de stichting tot het verkrijgen van de bouwvergunning.

Afgelopen jaren heeft de Stichting verschillende kleine bijdragen ontvangen welke het mogelijk hebben gemaakt een bouwvergunning te kunnen krijgen. Een belangrijke mijlpaal in de strategie van de stichting.



---

## 2.5 Marketing

Marketing is een belangrijk instrument voor de stichting. Door middel van marketing vinden en verbinden we onze doelgroepen, leren we onze doelgroepen kennen en spelen we in op hun behoeftes. Als stichting hebben wij te maken met veel verschillende doelgroepen, waaronder:

- Geldgevers;
- Informatiezoekers;
- Vrijwilligers;
- Partners.

Stichting De Verbindende Zwaon past haar marketing uitingen aan op basis van de gewenste doelgroep. Denk hierbij bijvoorbeeld aan:

- Verschillende presentaties voor verschillende doelgroepen
- Foto's voor verschillende doelgroepen
- Informatievoorziening voor de verschillende doelgroepen
- Renderings voor de verschillende doelgroepen

Per item is er vooraf overleg met betrekking tot de opzet en insteek. Het primaire doel voor de inzet van de marketing en de communicatie is het realiseren van de primaire doelstelling van de stichting.

### 2.5.1 Marketing richting de toekomst

Op het moment dat er meer zicht is op de financiële haalbaarheid van het kunstwerk zal er met het bestuur een marketingplan worden opgezet voor na de realisatie van het kunstwerk. Denk daarbij aan:

- Afspraken maken met VVV Huissen, Nijmegen, Arnhem Kleve (DE)
- Lokale promotie met Gemeente Lingewaard
- Promotie met de ambassadeurs
- Promoten van fietsroutes
- Samensmeden met andere Stichtingen uit Huissen



---

### 3 Huidige situatie

Van de geformuleerde doelstellingen zijn deze gerealiseerd tot en met het verkrijgen van de bouwvergunning.

De volgende fase is het vergaren van voldoende financiële middelen voor de realisatie van de bouw.

#### Organisatie

Stichting De Verbindende Zwaon is enkel opgericht met als doel het realiseren van het kunstwerk. De subsidies en donaties die de stichting weet te vergaren worden enkel gebruikt voor het realiseren van de doelstelling van de stichting.

In het beloningsbeleid van de stichting is opgenomen dat: de stichting het algemeen nut ondersteund en geen winstoogmerk heeft. De stichting vindt het belangrijk om de kosten te drukken. Om deze reden draait de stichting volledig op het bestuur en vrijwilligers en is er geen sprake van medewerkers. Hierdoor is er ook geen cao van kracht.

Zowel de bestuurders als de vrijwilligers genieten geen beloning voor hun verrichtte werkzaamheden. Enkel als er onkosten worden gemaakt, kan er sprake zijn van een vergoeding.

Gegevens van de stichting:

KVK: 75790149

RSIN: 860397506

Rabobank: NL 58 RABO 0347 1840 30

Adres:

Stichting De Verbindende Zwaon

Wilgenstraat 10

6851 HW Huissen

e-mail: [info@zwaon.nl](mailto:info@zwaon.nl)

#### Bestuur

Het bestuur van de stichting bestaat uit vier leden:

- Rubén Arcos Schuurs – Voorzitter
- Max van den Hof - Architect en designer
- Peter Mulder – Penningmeester
- Luc Hegeman – Secretaris



---

## 4 Financiën en het werven van gelden

De stichting brengt jaarlijks een jaarverslag uit.

Om het kunstwerk te kunnen realiseren verwacht de stichting tussen de € 125.000 en € 160.000 nodig te hebben. Dit is gebaseerd op de gemaakte offerte en op een stuk onderhoud voor de komende jaren na de realisatie.

Dan moet uiteengezet worden waar dat vermogen toe dient. Bouwt de stichting vermogen op om een bepaald project te kunnen financieren of dient het vermogen als buffer voor tegenvallende opbrengsten.

De komende periode zal de stichting vermogen moeten gaan opbouwen om haar doelstelling te kunnen realiseren.

### 4.1 Financiering

De financiering van het kunstwerk is gebaseerd op drie pijlers:

1. Donateurs
2. Ambassadeurs
3. Cultuurfondsen

#### 1. Donateurs

Bij donateurs doen wij een beroep op de Huissenaren die het kunstwerk een warm hart toedragen. Zij kunnen met een gift bijdrage aan een stukje Huissens cultureel erfgoed. Donateurs worden met naam vereeuwigd op een kortestalen plaat 'the wall of fame'. Ook hebben zij de mogelijkheid om via de webshop een miniatuur aan te schaffen.

#### 2. Ambassadeurs

Bedrijven in en uit Huissen voelen zich sterk verbonden met de stad Huissen. Dit is duidelijk terug te zien in een breed scala aan sponsoring die nu al plaats vindt bij verschillende sportverenigingen, evenementen en andere (culturele) initiatieven. Bedrijven kunnen ambassadeur worden van de Zwaon. Hun bedrijfsnaam, met of zonder logo, worden in korte staal uitgesneden en worden bij het kunstwerk geplaatst.

Bedrijven betalen een eenmalige bijdrage en een bijdrage per jaar voor een periode van 3 jaar.

#### 3. Cultuurfondsen

Het kunstwerk kan alleen gerealiseerd worden met financiële bijdrage van verschillende cultuurfondsen. Fondsen die het maatschappelijke belang zien en/of de cultuurhistorische waarde van dit burgerinitiatief inzien en samen met Stichting De Verbindende Zwaon dit project willen realiseren.





---

## 5 Publiciteitsplan

Public relations en communicatie zijn belangrijke instrumenten voor de Stichting om inwoners en belangstellenden uit Huissen en omgeving op te hoogte te brengen en te houden van het kunstwerk.

De definitie van public relations (pr) voor de Stichting luidt: “Het stelselmatig bevorderen van een wederzijds begrip tussen de organisatie (Stichting), de omwonende en de inwoners van Huissen”.

Sinds 2018 is de Stichting al bezig met het leggen van dit fundament. Niet voor niets komt Stichting De Verbindende Zwaon voort uit een groot burgerinitiatief waarbij zowel burgers als de politiek dit initiatief draagt.

Dit betekent dat de communicatie, pr-activiteiten en voorlichting frequent en systematisch plaatsvinden. Dit via de verschillende communicatiekanalen die de stichting tot haar beschikking heeft.

### 5.1 Materialen en middelen

Om de doelen te bereiken, dient de Stichting over diverse kanalen en informatiematerialen te beschikken.

Behalve het beschikbare informatiemateriaal welke per doel afgestemd en ingezet wordt, zijn er ook de volgende kanalen in te zetten:

- Website;
- Presentaties;
- Publicaties;
- Mailings;
- Artikelen en persberichten;
- Sponsorbeleid;
- Whatsapp groepen;
- Vrienden van....

### 5.2 Financiën P&R

De begroting van de Stichting voorziet niet in de middelen voor grote campagnes omdat de financiële middelen primaire aangewend dienen te worden voor het realiseren van het doel van de Stichting; het realiseren van het kunstwerk. Dit betekent dat de stichting ook veel gebruik zal maken van free-publicity, lokale lobby en vrienden van de Stichting die ook een belangrijk onderdeel zal zijn van de communicatiestrategie.



---

### 5.3 Communicatie taken

Communicatie en PR is een primaire taak van de bestuursleden samen met een aantal andere vrijwilligers. Onder deze taken vallen o.a.:

- Website, Facebook, Instagram, LinkedIn onderhouden en eventuele nieuwe social-media mogelijkheden onderzoeken en inzetten;
- Verzorgen van flyers, posters, banners, etc., van ontwerp tot verspreiding;
- Contacten met media en persberichten
- Redigeren diverse schriftelijke communicatie (jaarverslag, presentaties, (project)aanvragen, mails en memo's);
- Sponsors/donateurs vinden en aanmoedigen;
- Daar waar wenselijk ondersteunen van bestuursleden;
- Up-to-date houden van beleidsplan aan de hand van ontwikkelingen en omgevingsfactoren;
- Faciliteren bij evenementen (aankondigen, materiaal etc., publiceren);
- In samenwerking en samenspraak met bestuur (secretaris) communicatiedoelstellingen monitoren.

### 5.4 Doelgroep Stichting De Verbindende Zwaon

- Personen, bedrijven en politiek die zich betrokken voelen bij de doelstelling van de Stichting en meedoen aan het realiseren van de doelstelling;
- Inwoners van Huissen;
- Vrijwilligers, donateurs, ambassadeurs en sponsors met betrokkenheid bij de Stichting

### 5.5 Wat is de doelstelling van de Stichting op communicatie

- Sponsors, ambassadeurs en donateurs interesseren voor het kunstwerk;
- Meer bekendheid creëren voor het kunstwerk.
- Toekomst een jaarlijkse fietstocht organiseren tussen de Zwaon Huissen en De Zwaon in Kleve (DE). Met de opbrengsten wordt het sporten;
- In de toekomst betrokkenheid creëren met de lokale VVV om het kunstwerk te promoten voor toerisme
- In de toekomst zullen sponsors, ambassadeurs en donateurs door het jaar heen benaderd worden.
- Door het jaar heen vragen wij op diverse wijzen we aandacht voor het kunstwerk.



---

## 5.6 Manier van communiceren

- Er wordt voornamelijk online gecommuniceerd. Berichten worden via sociale media zoals Facebook uitgezet.
- Er wordt gebruik gemaakt van foto's en filmpjes en er is een website ([www.zwaon.nl](http://www.zwaon.nl)).
- Regelmatig schrijven we een nieuwsbrief voor sponsors en vrijwilligers. Daarin communiceren we de voortgang van het project en de inzet van de middelen.
- Daarnaast proberen we kranten en huis-aan-huis bladen te interesseren voor ons project.
- Een belangrijkste communicatiekanaal is ook de mond-tot-mond reclame binnen Huissen
- Met de politiek wordt direct contact onderhouden
- Ook wordt contact gehouden met Stichting Vrienden van Huissen.
- Sponsors, ambassadeurs en donateurs worden door middel van nieuwsbrieven op de hoogte gehouden.
- Daarnaast onderhouden we persoonlijk contact met onze sponsors als dat gewenst is. Minimaal wordt jaarlijks op de website, inzage geven in de bestede middelen en de voortgang van het project.