

## Beleidsplan Institute of Associations 2025-2028

### 1a. Introductie

Stichting Institute of Associations (IoA) is de producerende instelling van de Tilburgse componist, fotograaf en videomaker Merijn Bisschops. Vanuit zijn persoonlijke artistieke drijfveren creëert Merijn Bisschops ervaringen die mensen een ongebruikelijk perspectief bieden op zichzelf, hun omgeving en de kunsten. Hij maakt interdisciplinaire podiumkunstproducties, composities voor uiteenlopende bezettingen, fotografie en videokunst. Met muziek en beeld als basis, maakt hij telkens nieuwe combinaties met andere kunstvormen zoals dans en literatuur. Zijn maakproces vindt vaak in ongebruikelijke volgordes plaats om tot vernieuwende interdisciplinaire samensmeltingen te komen.

### 1b. Achtergrond

Stichting Institute of Associations werd door Merijn Bisschops (1981) opgericht in 2004 en is gevestigd in Berkel-Enschot. Met gedrevenheid en door dicht bij zijn artistieke waarden te blijven, heeft Bisschops een stabiele ondernemerspraktijk opgebouwd waarin hij zichzelf artistiek en zakelijk kan blijven ontwikkelen. Behalve maker, fondsenwerver en producent van zijn eigen producties was hij van 2006 tot september 2022 afwisselend artistiek en zakelijk leider van De Link, de concertorganisatie voor nieuwe gecomponeerde muziek in Tilburg. Onder zijn leiding is De Link geprofessionaliseerd tot een gezonde organisatie met een team van medewerkers die in samenwerking met andere cultuurinstellingen activiteiten in de stad ontplooit. Ook was hij mede-initiatiefnemer van de Stadscomponist van Tilburg, waardoor Tilburg zich de eerste stad met een stadscomponist mag noemen. Hij koos ervoor om te stoppen bij De Link om zijn tijd, kennis en energie volledig op zijn eigen artistieke werkzaamheden te richten en zijn artistieke productiviteit te vergroten. Als artistiek en zakelijk leider van IoA heeft hij de lat hoog gelegd.

#### Werkveld

De producties van IoA zijn ingebed in de stad Tilburg en hebben een landelijk en internationaal bereik, met onder andere uitvoeringen en vertoningen bij De Pont, 013, Schouwburg Concertzaal Tilburg, Theater De Nieuwe Vorst, Paradox, De Link, LocHal, Tilburg University, Podium 111, Incubate (Tilburg), November Music, Wonderfeel, Gaudeamus, Van Abbemuseum, EYE filmmuseum, Theaterfestival Boulevard, Het Orgelpark, Galerie Marzee, Museum Beeld en Geluid, Hilvaria Studio's, Dat Bolwerck, Museum De Wieger, Cacaofabriek, Splendor, Meer dan Muziek Festival (NL), Sound Plasma (DE), Arena Festival (LVA), Florianka Recital Hall (PL), 48th Dimitria Festival (GR), Procembalo (IT), NCTU Arts Centre (TW), University of Northern Iowa, SE Center for Photography, Cinesonika (US).

Er werd samengewerkt met onder meer Scordatura Ensemble, Prisma Strijktrio, Saskia Lankhoorn, Rianne Wilbers, Vincent van Amsterdam, Looptail, Lunapark, A.H.J. Dautzenberg, Tegest Pecht-Guido (NL/ET), Zwerm, Karen Willems (BE), Annegret Mayer-Lindenberg (DE), Quatuor Bozzini (CA) en Cheng-Yu Wu (TW).

#### Positief momentum

De aandacht en de waardering voor de producties van IoA nemen toe onder diverse professionele- en publieksgroepen. Er verschenen recensies in NRC, de Volkskrant, de Concertzender en magazine Gonzo (circus). Een coproductie met het vermaarde Canadese strijkkwartet Quatuor Bozzini in 2022 opende de weg naar de belangrijkste internationale festivals voor nieuwe muziek. Het fotoboek Tilburg Stadrandschap, verschenen in januari 2024, vormt een katalysator voor discussie onder inwoners, beleidsmakers en bedrijven die een belang hebben in de buitengebieden van Tilburg. Een nieuwe samenwerking met de Tilburgse schrijver A.H.J. Dautzenberg in 2024 leidt tot een grensoverschrijdende productie die een breed publiek bereikt, van rockcafés tot literaire festivals. Een hernieuwde focus op combinaties van muziek en dans leidt tot verdere uitbreiding van erkenning en publiek. Het lokale, landelijke en internationale netwerk groeit en daarmee de mogelijkheden tot nieuwe samenwerkingsverbanden en uitvoeringsplekken.

De kansen die zich aandienen worden door IoA volop aangegrepen. Toekenning van de impuls gelden maakte het mogelijk om in 2023 en 2024 stappen te zetten wat betreft professionalisering van de organisatie en marketingcommunicatie. In 2024 en 2025 is er ondersteuning vanuit de regeling Internationale Promotie van het Fonds Podiumkunsten. Het budget wordt ingezet voor bezoeken aan internationale festivals en netwerkbijeenkomsten, coaching door professionals in Engeland, België en Duitsland en internationaal marktonderzoek. Met verankering in het meerjarenbeleid van de gemeente Tilburg, wordt IoA in staat gesteld dit positieve momentum te benutten door onderscheidende producties en ontmoetingen te realiseren die resoneren met publiek in Tilburg, Nederland en het buitenland.

### 1c. Ambities 2025-2028

- Artistieke uitdaging, experiment, ontwikkeling en kwaliteit waarborgen door tijd, rust en ruimte te scheppen voor een uitgebreid maakproces.
- Interdisciplinaire kunstproducties van internationale allure laten resoneren bij publiek in Tilburg, Nederland en het buitenland.
- Het lokale, nationale en internationale werkveld uitbreiden door nieuwe, strategische coproducties aan te gaan en bestaand werk te hernemen met nieuwe partners, afzetmarkten en publieken.
- Het internationale netwerk en internationale uitvoeringsmogelijkheden vergroten met behulp van de regeling Internationale Promotie van het Fonds Podiumkunsten in 2025.
- De artistieke signatuur en lokale maatschappelijke impact van IoA versterken door een thematische aanpak van produceren, en de producties in Tilburg te presenteren als onderdeel van artistieke ontmoetingen waarin discussie en zelfontplooiing centraal staan. Daarbinnen kennisdeling mogelijk maken door samen te werken met jong en gevestigd talent, en door artistieke en zakelijke coaching aan te bieden aan Master studenten en alumni van de kunstvakopleidingen in Tilburg.

### 1d. Ambities 2029 en verder

- In 2029 heeft IoA als productieve en herkenbare aanjager van interdisciplinaire kunst en reflectie daarop in Tilburg en daarbuiten een sterke positie verworven. Voor een duurzame inbedding in de culturele infrastructuur wordt behalve bij de gemeente ook aangevraagd in de regeling Professionele Kunsten 2029-2032 van de provincie Noord-Brabant, en indien mogelijk bij de meerjarenregeling van het Fonds Podiumkunsten.
- Er is in 2029 een duurzame toekomstvisie die door leider, bestuur en medewerkers in de jaren ervoor is opgesteld. Er worden meerdere scenario's uitgewerkt voor de korte en lange termijn, aangaande artistieke, financiële en organisatorische doeleinden in aanloop naar Tilburg 2040.
- Ondertussen heeft het bestuur een koers uitgestippeld die de stichting in staat stelt om een eigen ruimte te kopen. IoA wordt daarmee een zichtbaar onderzoeks- en presentatie-instituut waar producties tot stand kunnen komen, samenwerking en kennisdeling plaatsvindt met lokale makers en uitvoerders, en een gemeenschap bijeen wordt gebracht. Op deze manier levert IoA in de toekomst een bijdrage aan de gebiedsontwikkeling en transformatie van de stad.

### 3. Publiek, diversiteit en inclusie

#### 3a. Beknopte marketing analyse

- In Nederland is het speelveld en publiek voor nieuw gecomponeerde muziek en interdisciplinaire performances beperkt. Om te kunnen groeien is het nodig dat IoA de band met de lokale achterban verstevigt en het internationale werkveld uitbreidt.
- Het publiek van IoA bestaat nog voornamelijk uit professionele bezoekers en trouwe fans, afkomstig uit Tilburg en de rest van Nederland. Andere publieksgroepen, zoals de culturele omnivoren en inwoners van Tilburgse buitenwijken, hebben de meeste groeicapaciteit.
- Merijn Bisschops geniet onder de professionele groep bekendheid en waardering. Een belemmering is dat hij door zijn werk bij De Link in deze kringen nog steeds herkend wordt als programmamaker.
- Tilburg is een stad met een goede voedingsbodem voor kunst, die waardering en ondersteuning geniet vanuit de gemeente. De lijntjes in de cultuursector zijn kort en de bereidheid om samen te werken groot. Het vermogen van Merijn Bisschops om artistiek en thematisch onderzoek te verbinden met kennisoverdracht past bij het kritische, en naar verdieping zoekende publiek dat zich bevindt in een universiteitsstad.
- Doel van IoA is de band met de achterban en (lokale) samenwerkingspartners te versterken en de nieuwe publieksgroepen te bereiken door thematisch te produceren en bijpassende ontmoetingen te organiseren. Daarnaast wil IoA door internationaal samen te werken de uitvoeringsmogelijkheden en het publieksbereik verder vergroten.

#### 3b. Marketingdoelgroepen

##### Meest bereikte doelgroepen

- Trouwe fans. Bewonderaars van IoA, Merijn Bisschops en de samenwerkingspartners die activiteiten en publicaties op de voet volgen. Leeftijd: 28 - 80 jaar. Uit Tilburg en daarbuiten.
- Professionals. Specialisten die zelf uitvoerend of beleidsmatig actief zijn in de kunstsectoren en selectief komen als het inhoudelijk aansluit bij hun professie of om te netwerken. Zijn bekend met het idioom. Programmeurs en curatoren, potentiële opdrachtgevers of coproductanten, ook universiteits- en conservatoriumstudenten. Leeftijd: 22 - 65 jaar. Uit Tilburg en daarbuiten. Inclusief Masterstudenten en alumni van de kunstvakopleidingen in Tilburg.
- Journalisten van lokale en landelijke kranten en magazines, redacties van regionale en nationale televisie- en radioprogramma's, internationale media en blogs. Leeftijd: 30 - 60 jaar.

##### Focus doelgroepen

- Culturele omnivoren. Een zeer diverse groep kunstliefhebbers die is verbonden met het culturele ecosysteem en op zoek is naar een bijzondere ervaring. Bewegen zich moeiteloos van ondergrondse subcultuur tot intellectuele kringen en komen selectief als het muzikale of interdisciplinaire experiment hen aanspreekt. Ook We Are Public-pashouders. Leeftijd: 30 - 60 jaar. Uit Tilburg (ook inwoners buitenwijken) en daarbuiten.
- Kunstliefhebbers. Kenners van nieuwe gecomponeerde-, klassieke- of indie muziek, fotografie, videokunst, dans en theater, bezoekers van musea en expositieruimtes, audiofielen. Leeftijd: 40 - 80 jaar. Uit Tilburg en daarbuiten.
- Bewoners buitenwijken Tilburg. Ook de omliggende dorpen Berkel-Enschot, Udenhout, etc. Komen minder in aanraking met onderscheidende (kunst)uitvoeringen. Divers in leeftijd en culturele achtergrond.

### 3c. Propositie (belofte aan het publiek)

Overeenkomst tussen de verschillende bezoekersgroepen van IoA is dat ze nieuwsgierig en ruimdenkend zijn. De bijzondere beleving staat voor hen centraal:

*“Ik ga op avontuur om iets nieuws te ervaren. Het nieuwe raakt me en ik deel dat graag met mensen die dezelfde passie hebben.”*

*“Ik ben een actieve bezoeker, want ik wil graag aan het denken gezet worden of iets leren, maar ik vind het ook heerlijk om geraakt te worden en om af en toe weg te dromen.”*

### 3d. Marketingcommunicatiedoelstellingen 2024-2025

- Verhogen bekendheid IoA producties onder alle doelgroepen, met name bij de culturele omnivoren, kunstliefhebbers en inwoners van Tilburgse buitenwijken.
- Uitbouwen van de relatie met de professionele doelgroep, en bij hen verhogen van de bekendheid van Merijn Bisschops als kunstenaar in plaats van muziekprogrammeur.
- Introduceren en verhogen bekendheid van de IoA ontmoetingen.

In 2025 wordt in het traject internationale promotie een internationaal communicatieplan opgesteld. Er wordt een ervaren marketing professional ingehuurd die adviseert, publieks- en marktonderzoek verricht en de communicatiestrategie maakt voor de periode 2029-2032.

### 3e. Marketingstrategie

De ontmoetingen als motor van de producties vergroten de persoonlijke contactmomenten tussen de maker en zijn Tilburgse publiek, en bieden een haakje voor publiciteit. Afzender van de ontmoetingen is Merijn Bisschops ('Bisschops ontmoet'). Unique selling points zijn de hoge artistieke kwaliteit, interdisciplinaire werkwijze, en de authenticiteit en eigenzinnigheid van de maker. Door in een laagdrempelige omgeving gesprekken en workshops te faciliteren worden toeschouwers actieve deelnemers. Met de ontmoetingen wordt een nieuw publiek voor interdisciplinaire kunst en reflectie daarop gecreëerd. Het persoonlijke contact dient benut te worden om publiek te binden, zodat de bekendheid met de producties van IoA wordt vergroot en de reputatie van Merijn Bisschops wordt verstevigd. Tijdens de IoA ontmoetingen kan in de praktijk worden geëxperimenteerd, bijvoorbeeld door op leerzame of ludieke wijze informatie te verzamelen en op basis daarvan persona's op te stellen voor het publiek van IoA.

Het genereren van vrije publiciteit vormt een belangrijk onderdeel van de communicatiemix. Uit ervaring is gebleken dat pers aandacht een positieve invloed heeft op de zichtbaarheid van het project, het imago van de betrokkenen, de verkoop en de publieksopkomst. Om deze reden investeert IoA in een ervaren persspecialist die als taak heeft recensies in lokale en landelijke kranten, blogs en magazines te verkrijgen, en onderzoek doet naar relevante internationale perskanalen. De opleiding Fontys Journalistiek in Tilburg wordt benaderd om, ingebed in het onderwijs, een doorlopende reeks artikelen te schrijven rondom de ontmoetingen en de thema's die aan bod komen. Het is van belang dat behalve IoA ook coproducten en andere betrokkenen gezamenlijk inspanningen verrichten op de momenten dat de kansen voor publiciteit zich aandienen.

Recensies, publieksreacties, beeld- en geluidsmateriaal van het maakproces, uitvoeringen en de ontmoetingen worden gedeeld via nieuwsbrieven, websites en social media van alle betrokkenen om de verkoop van de producties en bezoek daarvan te stimuleren, en om het publiek te binden aan IoA. Om de culturele omnivoor te bereiken en concertbezoek te stimuleren zetten we (hoge kwaliteit) beeld- en geluidsmateriaal in om potentiële bezoekers door de totaalervaring te prikkelen. Bescheiden betaalde campagnes worden ingezet, bestaande uit gerichte folderverspreiding en advertenties op LinkedIn, Instagram en Facebook.

### 3f. Middelenmix per doelgroep

#### Meest bereikte doelgroepen

- Trouwe fans: nieuwsbrief, website en socials van IoA, Merijn Bisschops en partners (speciale acties zoals vrijkaart verlotingen of bring a friend), free publicity.
- Professionals: persoonlijk benaderen door het sturen van programmavoorstellen en persoonlijke uitnodigingen voor bijzondere evenementen, bezoeken van uitvoeringen en netwerkbijeenkomsten.
- Journalisten: te benaderen door een specialist persbenadering.

#### Focus doelgroepen

- Culturele omnivoren: free publicity, gerichte folderverspreiding (aankondiging IoA ontmoeting), betaalde posts op Instagram, LinkedIn en Facebook (met name videocontent), meeliften op de publiciteit van festivals en coproducenten
- Kunstliefhebbers: free publicity (landelijke en kunstpers), gerichte folderverspreiding, betaalde posts op Instagram, LinkedIn en Facebook, meeliften op de publiciteit van festivals en coproducenten.
- Bewoners buitenwijken Tilburg: free publicity, advertenties (lokale bladen), gerichte folderverspreiding (aankondiging IoA ontmoeting), (online) agenda's, (online) kanalen gemeente.

### 4b. Risico analyse en plan van aanpak

- De producties van IoA zijn door hun interdisciplinaire karakter tijdsintensief en tamelijk kostbaar. Door gefaseerd en modulair te begroten worden de risico's beperkt. Uit de begroting blijkt dat er sprake is van een gezonde financieringsmix. Er is sprake van eigen bijdragen, publieksinkomsten en door samenwerking met coproducenten worden de productionele werklast, verantwoordelijkheden omtrent de verkoop en financiële risico's gespreid.
- Om de producties te realiseren worden investeringen gevraagd bij diverse overheids- en private fondsen. Als middelen of budgetten niet worden toegekend, zijn er soms alternatieve fondsen waarbij voor dezelfde posten kan worden aangevraagd. IoA heeft de afgelopen jaren succesvolle fondsenwerving trajecten opgezet, met honoreringen van o.a. het Fonds Podiumkunsten, Het Cultuurfonds, Grensverleggers (deBuren) en Stichting Jacques de Leeuw.
- Tegenvallende resultaten op het gebied van fondsenwerving kunnen invloed hebben op de inhoud of uitwerking van een productie. Mocht dit in de fase van een onderzoekproductie het geval zijn, kan in een vroeg stadium worden besloten dat het project niet in oorspronkelijke vorm kan doorgaan. Projecten kunnen met een kleinere bezetting van musici of performers worden uitgevoerd of een andere interdisciplinaire uitwerking krijgen.
- Mochten coproducenten hun aandeel in de begroting niet kunnen realiseren, door tegenvallende fondsenwerving, wordt eerst gezocht naar oplossingen die de samenwerking alsnog kunnen laten doorgaan. Blijkt dat niet mogelijk te zijn, kan worden besloten om met een andere coproducent te gaan werken. Het brede netwerk van Merijn Bisschops onder musici, ensembles en andere performers komt daarbij van pas.
- Bij coproduceren worden verschillende belangen samengebracht die binnen vier jaar onverwacht kunnen veranderen. Mocht er sprake zijn van conflicten kan worden besloten met een andere coproducent te gaan werken.
- De politieke focus binnen de regionale en landelijke overheden ten aanzien van cultuur kan op korte termijn sterk veranderen door politieke ontwikkelingen. Mochten productiekosten onder druk komen te staan door bijvoorbeeld fiscale beleidsveranderingen, blijft IoA daarover in gesprek met de subsidiënten.
- Helaas is Fair Practice niet overal de norm. Veel speelplekken kunnen of willen niet voldoen aan de minimum gages voor uitvoerders. Indien het minimum gage niet betaald kan worden voor een uitvoering omdat uitkopen van podia en/ of andere inkomstenbronnen van IoA te laag zijn, vindt geen uitvoering plaats op de desbetreffende speelplek.

- Er is een generatie verschuiving gaande in de sector: veel programmamakers die jarenlang het gezicht waren van een festival of podium gaan met pensioen of zijn iets anders gaan doen. De mogelijkheid om via een traject van internationale promotie contact te leggen met de nieuwe generatie programmeurs komt dus als geroepen.
- De Raad voor Cultuur wil naar een subsidiestelsel dat minder centraal, vanuit de Randstad, wordt verdeeld en meer binnen provincies. Dat biedt mogelijk kansen voor een duurzame financiële basis van IoA in de toekomst.

## 5. Culturele Codes

### Code Diversiteit & inclusie

- Bestuur en leiding spreken hun commitment uit ten aanzien van diversiteit en inclusie in de organisatie van IoA. Het team en het bestuur bestaan op dit moment uit 2 mannen en 5 vrouwen, variërend in leeftijd van eind twintig tot eind zestig. Bij het aanstellen van nieuwe bestuursleden en ingehuurde medewerkers worden ook kandidaten met een andere etnische achtergrond benaderd.
- Gender- en cultuurvariëteit is een vaste beweegreden bij het aangaan van nieuwe samenwerkingsverbanden. In 2025-2028 is sprake van samenwerking met makers en uitvoerders met een niet-westerse achtergrond, zoals in de producties met het Brabant Chamber Orchestra en de samenwerking met de Nederlands-Ethiopische danseres Tegest Pecht-Guido uit Tilburg en de Braziliaans-Oostenrijkse Helena Araújo.
- De producties en ontmoetingen van IoA worden bewust niet alleen in de reguliere presentatie plekken voor kunst aangeboden aan het publiek, waar een divers publiek wordt bereikt dat niet vanzelfsprekend in aanraking komt met hedendaags gecomponeerde muziek of videokunst.
- Inwoners met lage inkomens worden actief betrokken bij de producties door openbare repetities, try-outs en gespreksbijeenkomsten te organiseren op laagdrempelige locaties.

### Fair Practice Code

IoA wordt sinds de oprichting geleid door professionele kunstenaars. Daarom is er altijd oog geweest voor de inkomenssituatie van betrokken makers en uitvoerders.

- Fair Practice begint bij eerlijke vergoedingen voor de leiding en ingehuurde medewerkers. Door de continuïteit en werkkraft van de organisatie te waarborgen voor de toekomst, kan IoA een rol blijven spelen in het verbeteren van de inkomenspositie van professionele makers en uitvoerders die door IoA worden ingehuurd.
- De vergoedingen zijn eerlijk en afspraken worden ruim van tevoren contractueel vastgelegd. Voor compositieopdrachten is de honorariumtabel van het Fonds Podiumkunsten leidend. Gages van uitvoerders zijn gebaseerd op gage normen van NORMA en de CAO Toneel en Dans. Uitvoeringen worden opgegeven aan de Buma/Stemra voor de distributie van auteursrechten.

### Governance Code Cultuur

Het reglement van Stichting Institute of Associations is gebaseerd op de richtlijnen van de Governance Code Cultuur, en gaat uit van het bestuursmodel.

- De organisatie realiseert haar maatschappelijke doelstelling op duurzame en bedrijfsmatig verantwoorde wijze en waarborgt de artistieke integriteit.
- Het bestuur bewaakt de doelstellingen van de stichting met oog voor het culturele, economische en maatschappelijke belang van de organisatie.
- De samenstelling van het bestuur is divers en bij selectieprocedures wordt gelet op variatie in leeftijd, achtergrond en geslacht. De bestuursfuncties zijn onbezoldigd. Nevenfuncties van bestuursleden en leiding zijn bekend om ongewenste belangenverstrengeling te voorkomen. Er is een rooster van aftreden.

- Taken worden gedelegeerd naar de artistiek en zakelijk leider. Het bestuur toetst of de leiding bij de uitoefening van zijn taken een zorgvuldige en evenwichtige afweging maakt van de artistieke en zakelijke belangen van de organisatie en de belangen van interne en externe belanghebbenden.
- In het bestuursreglement van de stichting is opgenomen dat jaarlijks een to-do-list wordt bijgewerkt met nieuwe inspanningen voor de gedragscodes in de cultuursector.