



**STRATEGISCHE VISIE DEEL 1:
IK BEN STADKAMER**

INLEIDING

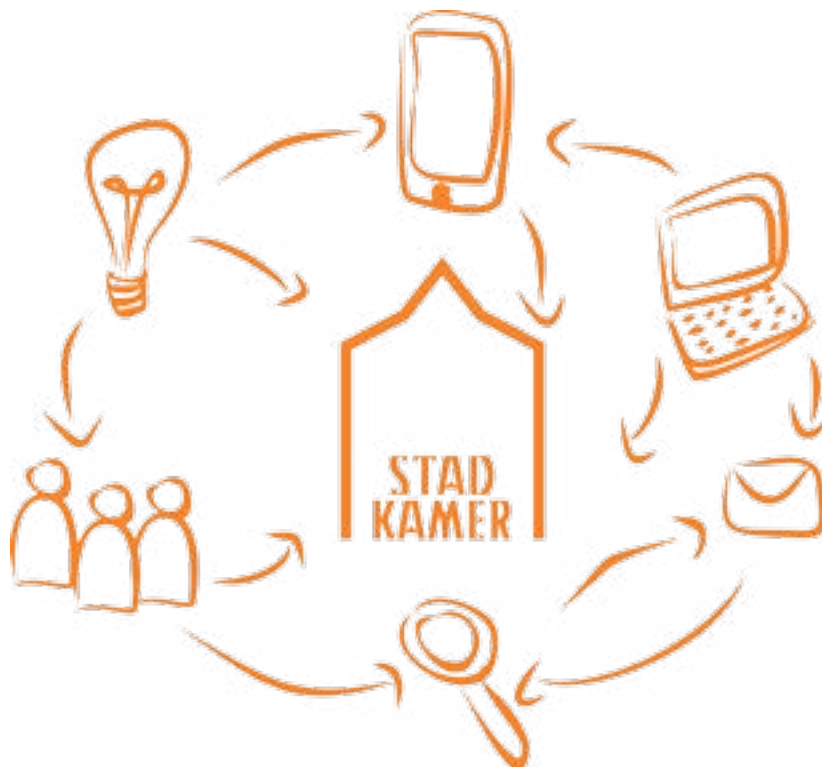
Stadkamer is per 1 januari 2015 ontstaan uit een fusie van Bibliotheek Zwolle, kunstencentrum Muzerie en Kunst&Zo. In Stadkamer staan verleiden, verbinden en vernieuwen centraal. Hier kun je kennis opdoen en delen, anderen ontmoeten, cultuur beleven, lezen en lenen, koffie drinken, studeren en werken; hier raak je geïnspireerd en kun je blijven ontwikkelen. Of het nu in het centrum is of in een van onze drie wijkvestigingen, Stadkamer heeft een onlosmakelijke plek in de Zwolse samenleving.

De nieuwe organisatie speelt in op de ontwikkelingen die op ons afkomen: de behoefte en het gedrag van onze klanten verandert (minder lezen, andere wijze van contact, cultuurbeleving, verdere digitalisering, meer e-books (1)) en de wereld om ons heen verandert. Stadkamer is een organisatie die niet bang is om nieuwe dingen uit te proberen. Wij vinden het een onderdeel van ons 'zijn' om ook andere velden te exploreren en te ontwikkelen, zoals cultuureducatie, amateurkunst en het sociaal domein.

Stadkamer staat midden in de samenleving, voor de samenleving. Het is een huiskamer voor de stad,

een plek waar je naar toe gaat voor inspiratie en ontmoeting. En tegelijkertijd is het meer dan een fysieke plek; het is een concept, een nieuwe manier van denken over de behoefte van mensen om zich te ontwikkelen en te verrijken met kennis en cultuur, waarbij integratie van functies en partnerschappen aangaan centraal staan. Stadkamer is de organisatie die hierop inspeelt, steeds weer op een andere, verrassende wijze. Niet voor niets is ons motto: "Stadkamer verrijkt je leven!"

In deel 1 van de strategische visie van Stadkamer wordt de identiteit, de kernwaarden, haar labels (diensten) en het huidige business (canvas)model van de organisatie beschreven. In deel 2 worden de ontwikkelingsrichtingen van Stadkamer verwoord, gebaseerd op analyses van de organisatie, van de omgeving/markt en onze stakeholders en klanten. Deze ontwikkelingsrichtingen worden uitgewerkt in deelplannen per label/dienst van Stadkamer. In deel 3 volgt een bijlage met kengetallen van de organisatie.



(1) Bron: Bibliotheek van de Toekomst, sectorinstituut openbare bibliotheken, Den Haag, januari 2014

EEN KIJKJE IN STADKAMER

Een virtueel of fysiek bezoek aan Stadkamer begint met een hartelijk welkom. De deuren staan altijd open en de drempel is laag. Of je nu komt voor een boek, een voorstelling of een advies, je komt altijd verder. Het geven van informatie zit in onze genen en we delen die deskundigheid graag met iedereen. Wat ons betreft zit de grootste waarde in de hoofden en harten van mensen. In Stadkamer kun je iets komen halen en brengen, want iedereen ontwikkelt zich op zijn of haar eigen manier.

Het gebouw is transparant en aantrekkelijk voor jong en oud. Hier hoeft niets, maar kan van alles gebeuren. Een markant gebouw waar je ingezogen wordt, met letterlijk en figuurlijk uitzicht op de stad; een plaats ook om met vrienden af te spreken. Er is een cultureel café met een open podium waar je met een kop koffie geniet van mensen die in- en uitlopen. De optredens in de multifunctionele zaal nodigen uit om een kijkje te nemen of je wordt geprikkeld om aan het werk te gaan in het Medialab. Je leest, kijkt en luistert er voor je plezier, maar ondertussen doen we er alles aan om je iets nieuws te laten ervaren, om je op ideeën te brengen of om je kennis te laten delen.

In Stadkamer komen werelden van informatie, kunst en cultuur op een spannende manier samen en ze vragen om een reactie. Bij een expositie over de groene stad vind je informatie over energiebesparing en natuurbehoud en een uitnodiging voor een excursie. Een muziekoptreden van amateurmusici doet mensen besluiten muzieklessen te volgen. Je krijgt informatie over podia in de stad en mensen die samen willen optreden. De werelden lopen fysiek en online in elkaar over zodat je je bezoek altijd en overal kunt voortzetten.



I. ONZE IDENTITEIT EN VISIE

Why:

In alles wat wij doen geloven wij in jou! In jouw dromen en behoeften aan samen zijn, om kennis te delen en cultuur te beleven. Dat jij geïnspireerd wilt worden om je te blijven ontwikkelen.

Daardoor word je een gelukkiger mens en krijgen we een mooiere samenleving.

How:

Wij faciliteren en stimuleren ontmoeting, samenwerking, verbinding en vernieuwing.

What:

Wij bieden een inspirerende omgeving waar iedereen in de Zwolse samenleving terecht kan voor:

- kennis, informatie en advies
- educatie en ontwikkeling
- lezen, literatuur, kunst en cultuur
- culturele en maatschappelijke activiteiten
- verblijven, werken en studeren

1.1 Inleiding

Stadkamer staat de komende jaren voor de uitdaging om haar nieuwe positie te bepalen en te bestendigen in de markt en haar concept verder uit te werken. Stadkamer wil nadrukkelijk geen bedrijfsverzamelgebouw zijn, maar een geïntegreerde organisatie waar alle functies op elkaar aansluiten en in elkaar over gaan; een totaalconcept en een totaalbeleving voor de klant. De Zwolse samenleving heeft zich bij de dreigende sluiting van onze wijkvestigingen in maart 2015 duidelijk uitgesproken over hun behoefte aan een plaats waar niet alleen boeken te leen zijn maar ook ontmoeting, zelfontplooiing en cultuur een plek hebben. We zijn uit op crossovers en cross selling in ons aanbod, dat verdeeld is over 6 labels: lezen en lenen, cultuureducatie, media- en taaleducatie, amateurkunst, agenda en te gast. Zie hiervoor hoofdstuk 3.

Stadkamer rust op drie pijlers; kennis, cultuur en maatschappij. We willen bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling van Zwollenaren en het vergroten van hun maatschappelijke kansen. Niet met een opgeheven vingertje maar op een laagdrempelige manier bijdragen aan de zelfredzaamheid en participatie van burgers (2). Of dat nu via de aanpak van laaggeletterdheid gaat, het bieden van informatie of door kunst- en cultuurbeleving, in Stadkamer doe je mee. Je voelt je verbonden.

1.2. WHY / HOW / WHAT

Bij het bepalen van onze nieuwe identiteit in maart 2014 hebben we stilgestaan bij onze drijfveren, ons levensverhaal, onze merkpersoonlijkheid en merkwaarden. Gebaseerd op het Golden Circle model van Sinek (3) starten wij als Stadkamer vanuit onze diepste overtuiging, ons bestaansrecht, ofwel de WHY: wat geloven wij als organisatie, wat drijft ons? Omdat Stadkamer ervan overtuigd is dat het niet alleen gaat om welke diensten wij leveren maar vooral om de 'waarom' vraag; waarom komen onze klanten bij ons?

Onze WHY is het uitgangspunt van waaruit wij handelen en communiceren, onze diepste overtuiging van waaruit wij onze klanten bedienen. Wij geloven dat mensen de behoefte hebben om zich te ontwikkelen en aan samen zijn en dat wij hieraan bijdragen. Stadkamer biedt het antwoord op deze (latente) behoefte, door deze te prikkelen en in te vullen.

Onze visie is: Stadkamer draagt bij aan de behoefte van de Zwollenaar om zich te ontwikkelen en om samen te zijn. Dit doen wij door een inspirerende omgeving te bieden, - zowel online als offline en via diverse kanalen -, waar iedere Zwollenaar terecht kan voor lezen en lenen, advies op het gebied van cultuureducatie, media- en taaleducatie, amateurkunst, voor het beleven van culturele en maatschappelijke activiteiten en om te verblijven, ontmoeten, werken en studeren. Bij Stadkamer ben je thuis in de wereld.



(2) Bron: Meedoen in de samenleving. Hoe helpt de Bibliotheek? Rijnbrinkgroep, 2014

(3) Simon Sinek (2009) Start with why; how great leaders inspire anyone to take action. Penguin Group, New York

2. ONZE KERNWAARDEN

Stadkamer is meer dan een bedrijfsverzamelgebouw. Meer dan de som der delen. Stadkamer durft voorop te lopen en dingen uit te proberen. Wij schuwen het vernieuwende niet. Tegelijkertijd staat laagdrempeligheid en toegankelijkheid hoog in het vaandel. Onze medewerkers zijn ons visitekaartje en onze ambassadeurs. Wij vinden het belangrijk dat mensen makkelijk over onze drempel stappen, of ze nou komen voor het lenen of lezen van een boek, voor het bezoeken van een activiteit of om te studeren; men loopt makkelijk binnen. Onze medewerkers nodigen je hier toe uit; gastvrijheid zit in onze genen. Eenmaal binnen worden bezoekers verrast door een optreden, een stand of bekende spreker over een actueel onderwerp of worden ze verleid tot het meedoen aan een werkplaats of medialab of het delen van kennis. Klanten weten ons ook makkelijk te vinden als het gaat om advies op het gebied van cultuur-, media- of taaleducatie.

Aansluitend op onze WHY WHO WHAT en passend bij onze merkpersoonlijkheid heeft Stadkamer drie kernwaarden vastgesteld. Dit zijn de belangrijkste waarden van Stadkamer:

- Verleiden
- Verbinden
- Vernieuwen

Deze kernwaarden zijn de drijvende kracht achter het hande-

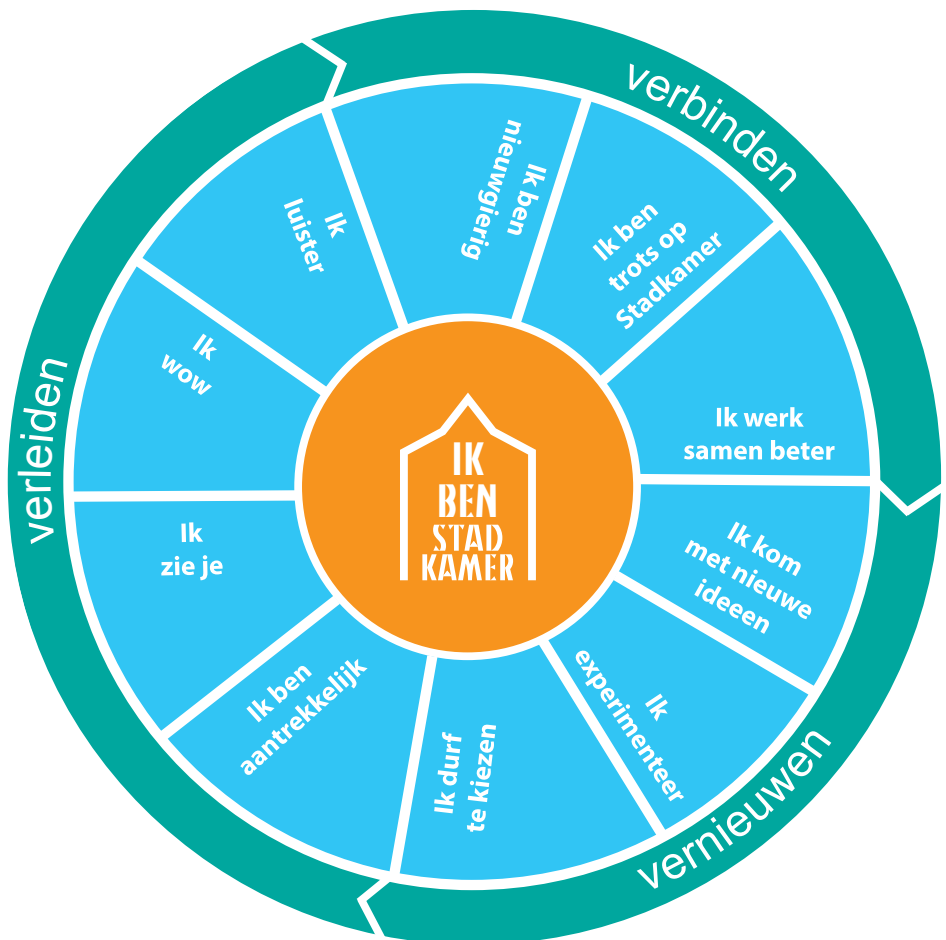


Fig 1: Filosofie Stadkamer

len van Stadkamer. Zij bepalen het gedrag en de communicatie van de organisatie en haar medewerkers en maken Stadkamer herkenbaar richting klanten, partners, scholen, stakeholders etc. Met andere woorden; we zeggen wat we doen en doen wat we zeggen.

2.1 Stadkamer filosofie

Wat betekenen deze kernwaarden voor Stadkamer en haar medewerkers? Hoe vertalen we dit en wat

merken klanten en bezoekers hiervan?

Stadkamer heeft de kernwaarden daarom vertaald in een filosofie voor al haar medewerkers: "Ik ben Stadkamer" (fig 1.) Zodat elke medewerker weet wat er van hem of haar verwacht wordt en onze klanten weten waar ze op kunnen rekenen.



3. LABELS STADKAMER

Voortkomend uit de Bibliotheekwet (2015) heeft Stadkamer wettelijk gezien een aantal functies (1 t/m 5). De functies 6 t/m 8 zijn vastgelegd in het raadsbesluit van de Gemeente Zwolle van 18 juni 2013, functie 9 in het raadsbesluit van 14 januari 2014.

1. Warenhuis van kennis en informatie
2. Centrum voor educatie en ontwikkeling
3. Inspiratiebron voor lezen en literatuur
4. Encyclopedie van kunst en cultuur
5. Podium voor ontmoeting en debat
6. De makelaarsfunctie voor cultuureducatie in en rond scholen (PO en VO)
7. De makelaarsfunctie voor cultuureducatie in wijken
8. De makelaarsfunctie voor cultuureducatie in verbindingen met amateurkunst en (ongesubsidieerde) vrijetijdsactiviteiten.
9. Beheerder van het Fonds Cultuureducatie

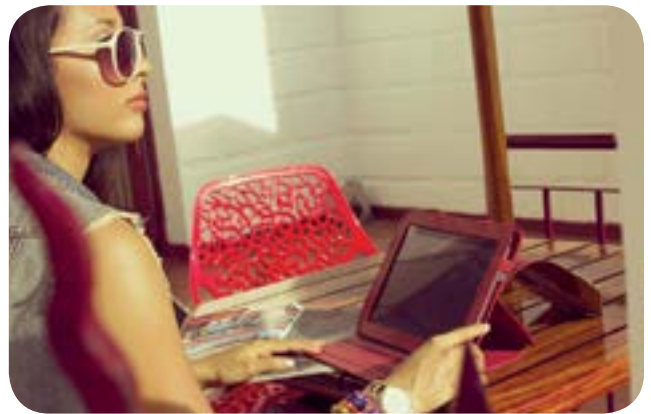
Stadkamer heeft ervoor gekozen om al deze functies onder te brengen onder zes onderscheidende labels, die duidelijk en herkenbaar zijn voor de klant. Uitgangspunt is immers één corporate merk, Stadkamer, passend bij haar sterke identiteit, en geen versnippering van submerken. De zes labels zijn:

1. Lezen en lenen
2. Cultuureducatie
3. Media- en taaleducatie
4. Amateurkunst
5. Agenda
6. Te gast



3.1 Lezen en lenen

Onder dit label presenteert Stadkamer haar diensten op het gebied van lezen en lenen van boeken, cd's, dvd's, cd roms, ebooks, bladmuziek etc. Het doel van dit bedrijfs onderdeel is het ter beschikking stellen van kennis en informatie, het bieden van mogelijkheden tot ontwikkeling en educatie, het bevorderen van lezen en het laten kennismaken met literatuur.



3.2 Cultuureducatie

Onder cultuureducatie verstaan wij 'alle activiteiten gericht op leren over cultuur of door middel van cultuur (kunst, erfgoed, media en andere (inter)culturele uitingen). De adviseurs cultuureducatie van Stadkamer adviseren over en bemiddelen tussen de vraag van Zwolse scholen (PO, VO en VSO) en het culturele aanbod. Met als doel om cultuureducatie op scholen te vergroten en te verbeteren. Stadkamer beheert hier toe het fonds Cultuureducatie en beschikt over een materialenbank en bedrijfsbureau om de organisaties te ondersteunen in de uitvoering van cultuureducatie. Doel is het versterken van het cultuureducatieve klimaat in Zwolle en het opzetten en uitbouwen van een expertrol op het gebied van cultuureducatie.



3.3 Media- en taaleducatie

Stadkamer adviseert scholen ook op het gebied van mediawijdsheid en taalprogramma's. Met als doel om leerlingen maar ook particulieren wegwijs te maken in de wereld die steeds meer digitaal is en waarbij kennis van de Nederlandse taal een must is. De adviseurs media- en taaleducatie ondersteunen via leerprogramma's en workshops zoals de Bibliotheek op School, biebsearch en digisterker. Daarnaast organiseert Stadkamer samen met Stichting Taal voor het leven het Taalpunt. Mensen die zich hiervoor opgeven, leren beter spreken, schrijven en luisteren via bijvoorbeeld een taalcoach. Ook zijn er regelmatig Taalcafés en iPad cafés in Stadkamer, wat een meer open en vrijblijvend karakter heeft. Doel is het bevorderen van (basis)media- en taalontwikkeling van de Zwolse bevolking, zodat inwoners zelfstandig kunnen participeren in de samenleving.



3.4 Amateurkunst

Bij de adviseur Amateurkunst van Stadkamer kunnen actieve amateurkunstenaars en – verenigingen terecht voor advies en vragen op het gebied van kunstbeoefening, in de meest brede zin van het woord. Of men nu een podium zoekt of ondersteuning bij het schrijven van een subsidieaanvraag, Stadkamer amateurkunst kan hierbij helpen. Ook heeft Stadkamer een doorverwijzende functie naar het (ongesubsidieerde) vrijetijdsaanbod. Het doel is het versterken van het amateurkunstveld en het leggen van verbindingen tussen amateurkunst(enaars), het (ongesubsidieerde) vrijetijdsaanbod en community art in de wijken.



3.5 Agenda

Onder het label agenda zijn alle activiteiten en programma's van Stadkamer te vinden. De agenda laat zien wat er allemaal te doen is voor klanten en bezoekers van Stadkamer. Hier staat laagdrempeligheid en toegankelijkheid bovenaan. Wij prikkelen de mensen met een eerste kennismaking. Wil men meer, dan wordt de bezoeker doorverwezen naar de organisatie waar ze 'verdieping' kunnen krijgen. Bijvoorbeeld door een uitgebreide cursus te volgen van dat waar ze in Stadkamer kennis mee hebben gemaakt. Stadkamer maakt je warm voor meer. Dit doen wij samen met partners en organisaties uit de stad. Het programma van Stadkamer is een afspiegeling van wat er in Zwolle te doen is en wat grotendeels door de partners zelf wordt georganiseerd, bij Stadkamer. Bezoekers die verleid worden tot meer, verwijzen we door naar de cursus of workshop van de betreffende organisatie.

3.6 Te gast

Stadkamer is de plek waar je naar toe gaat naast je huis en je werk. Of je nu houdt van roering of rust, je voelt je er thuis en er is altijd wat te doen. Stadkamer is een gastvrije plek waar iedereen welkom is. Voor een lekkere kop koffie en sandwich, om te kunnen studeren of werken of bijeen te komen met je projectgroep of zakelijke meeting. In het gebouw zijn stilteplekken waar je terecht kunt om rustig te werken of te studeren. In het café kom je juist voor de gezelligheid en de eenvoudige maar aantrekkelijke kaart met biologische producten, om mensen te ontmoeten en wat mee te pikken van de programmering of exposities in het gebouw. Voor jongeren is een aantrekkelijke ruimte gemaakt waar je kunt studeren of chillen, of kunt experimenteren in ons medialab.



4. CANVASMODEL STADKAMER

In onderstaand canvasmodel is het huidige businessmodel van Stadkamer in kaart gebracht. Uitgangspunt hierbij is de waardepropositie voor de klant: welke belofte doen wij aan onze klanten, welk probleem lossen wij voor hen op.

Dit laat in een oogopslag zien waar Stadkamer voor staat, wat wij onze diverse klanten te bieden hebben, wie onze belangrijkste (key)partners zijn, wat onze

kostenstructuur is, via welke kanalen wij onze doelgroepen bereiken, wat onze klantgroepen en klantrelaties zijn en welke inkomsten wij hebben. De gele stickers verbeelden de huidige situatie, de oranje stickers de kansen en toekomstrichtingen.

In deel 2 van de visie vind je de canvasmodellen per label.

