

DE KRACHT VAN HET VERSCHIL

*Cultureel samenwerken
in de Stedendriehoek*

Inleiding

*Op uitnodiging van de Bestuurlijk Carrousel Regio Stedendriehoek hebben de elf belangrijkste podia in de stedendriehoek een CULTURELE kraamtafel in gericht. De gesprekken aan deze tafel hebben geleid tot inzicht in wat de podia leveren in de stedendriehoek en tot concrete samenwerkingsafspraken, onder de noemer **PODIA STEDEN-DRIEHOEK**.¹*

De Podia dragen bij aan de economische, toeristisch en culturele versterking van de regio. Ze werken samen op het gebied van programmering en marketing, op zoek naar nieuwe mogelijkheden om hun brede aanbod van voorstellingen en concerten onder de aandacht te brengen van alle inwoners van de regio. De samenwerking in de backoffice wordt verder uitgewerkt. Dit alles met het doel om een afgestemd en breed podia aanbod te presenteren voor de Stedendriehoek. Het initiatief PODIA STEDEN-DRIEHOEK, ontwikkeld door 11 vitale instellingen, dient het belang van de inwoners en de bedrijven in de regio.

Podia Steden-Driehoek dragen bij aan de economische, toeristisch en culturele versterking van de regio.

Wie zijn we?

Het initiatief is genomen door de elf belangrijkste podia in de Stedendriehoek:

- **5 theaters**
(de Deventer Schouwburg, theater Hanzehof Zutphen, Theater & Congres Orpheus Apeldoorn, Schouwburg Lochem, Theater Bouwkunde Deventer)
- **2 pop-podia**
(het Burgerweeshuis Deventer, de Gigant Apeldoorn)
- **3 filmhuizen**
(Filmhuis de Keizer Deventer, Filmhuis Luxor Zutphen, de Gigant Apeldoorn²)
- **1 podium voor culturele evenementen**
(Het Koelhuis Zutphen).

Deze podia vormen met elkaar de podiuminfrastructuur van de Stedendriehoek. Ze maken daarnaast deel uit van de lokale culturele infrastructuur van Apeldoorn, Deventer, Zutphen en Lochem. Steden met een breed aanbod op het gebied van de podiumkunsten,

erfgoed, educatie, beeldende kunst en amateurkunsten. Iedere stad heeft in de loop van de jaren een eigen cultureel profiel ontwikkeld, toegesneden op de wensen van de lokale bevolking, ontwikkeld binnen de sociaal culturele context van de stad. Dat culturele profiel is niet een uitvinding van de laatste 10 jaar, maar is geworteld in de sociaal, maatschappelijke ontwikkelingen van betrokken stad. Ruimtelijke ontwikkelingen, bevolkingsomvang, demografie en historische context zijn belangrijke parameters voor de inrichting en omvang van de culturele infrastructuur.

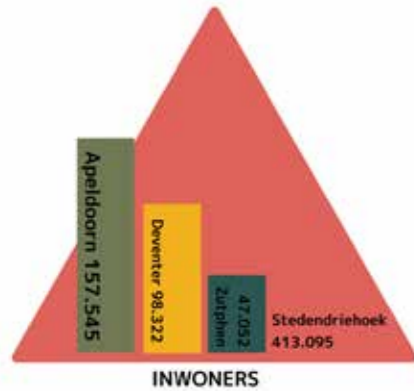
De historische Hanzecultuur van Deventer en Zutphen heeft een ander profiel opgeleverd, dan de 20^e eeuwse ontwikkeling van Apeldoorn, als breed uitwaaiende dorpenstructuur. De podia zorgen ervoor om op basis van deze historische profielen hun eigen profiel af te stemmen als eigentijdse zenders midden in de samenleving. De taak om vraag en aanbod bij elkaar te brengen vraagt om eigentijdse visies en persoonlijke presentatie van de kunsten verbonden met stad en samenleving.

1 | Deze samenwerking sluit prima aan op de Regionale Structuurvisie; Regionale Structuurvisie Stedendriehoek 2013, pag. 94-95.

2 | Gigant Apeldoorn is zowel poppodium als filmtheater en wordt daarom 2x meegeteld.

Voor wie werken we

Het verzorgingsgebied waarin de tien Podia werken is ruim 400.000 inwoners groot. In de regio/buitengebied zijn nogmaals 200.000 mensen georiënteerd op de stedendriehoek. De eerste kring van bezoekers komt uit het stedelijk gebied waar het podium is gevestigd. Daarnaast worden beperkt bezoekers getrokken uit de regio buiten deze stedelijke ring. Er is een zeer beperkte bezoekersmobiliteit tussen de steden.



Wat bieden we

Het podiumaanbod in Nederland is op het gebied van film, (muziek)theater en pop, kwalitatief zeer hoogwaardig, en beschikbaar voor ieder podium dat technisch in staat is om het product te vertonen.

De elf podia bieden, zoals uit analyse blijkt een zeer breed aanbod, van musicals en opera, symfonische muziek, clubtours van popartiesten, toneel en dans, cabaret, jeugdtheater, het art-house filmaanbod, lokale bands enzovoorts. Het programma-aanbod is niet iedere stad of podium hetzelfde, want de technische mogelijkheden van het podium en de programmakeuzes maken het verschil. Wanneer we naar de som van het aanbod in Stedendriehoek kijken kunnen we zeggen dat het een zeer compleet aanbod is, rijk geschakeerd, divers en compleet in relatie met andere grote regio's in Nederland.

De kracht van het verschil

De infrastructuur van de steden is verschillend in kwantiteit en kwaliteit, daarmee is het aanbod niet eenvormig, maar bovenal verschillend. Dit verschil zorgt ervoor dat de 11 podia in de STEDEN-DRIEHOEK beschikken over zowel een breed aanbod als ook een uniek en elkaar aanvullend aanbod voor de 400.000 inwoners van de regio.

Dat unieke verschil in kwaliteit en kwantiteit gaan de elf PODIA versterken, door samen te werken en door samen te zoeken naar agenda's voor de toekomst.

Wat doen we al

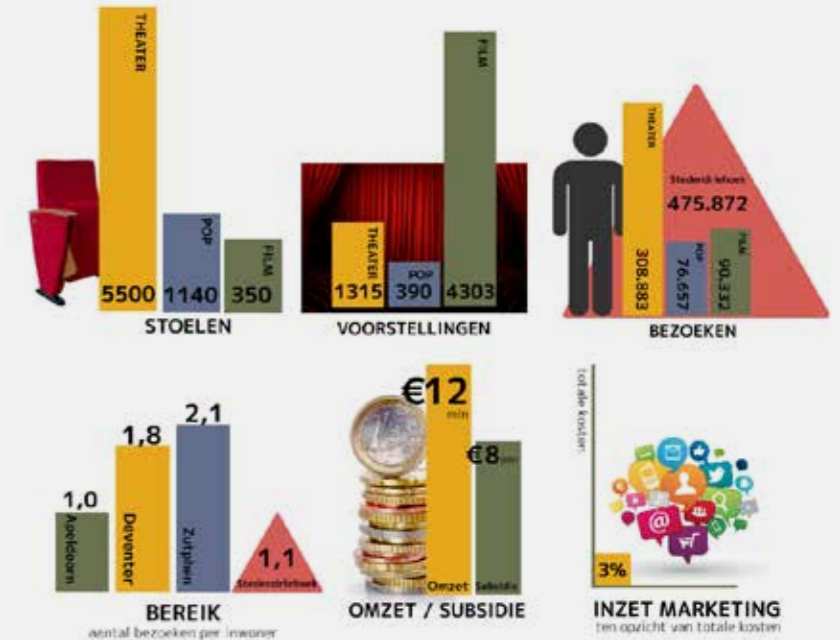
Deze statistieken geven een goed kwantitatief inzicht in de prestaties van de podia. Ze ondersteunen de stelling dat de STEDENDRIEHOEK een behoorlijk goed ontwikkelde podium-infrastructuur heeft. Want:

- Goede capaciteit stoelen
- Ruim aanbod voorstellingen
- Goed bereik in de gehele stedendriehoek

Een podium-infrastructuur die zoals vele onderzoeken hebben aangetoond, een belangrijke vestigingsfactor is voor bedrijven en hun medewerkers. Een breed ontwikkeld cultureel uitgaansleven heeft in deze tijd niet alleen een sociale functie maar ook een duidelijk economische functie gekregen.

Samenwerking in regioverband levert op verschillende gebieden meerwaarde op. Sterkere marketingmogelijkheden van de instellingen, grotere mobiliteit van het publiek, krachtigere culturele positionering van de Stedendriehoek. De Stedendriehoek is hiermee een belangrijke stedelijke factor tussen de grote steden Zwolle, Enschede en Arnhem.

Belangrijke kengetallen van de PODIA STEDENDRIEHOEK zijn de volgende:

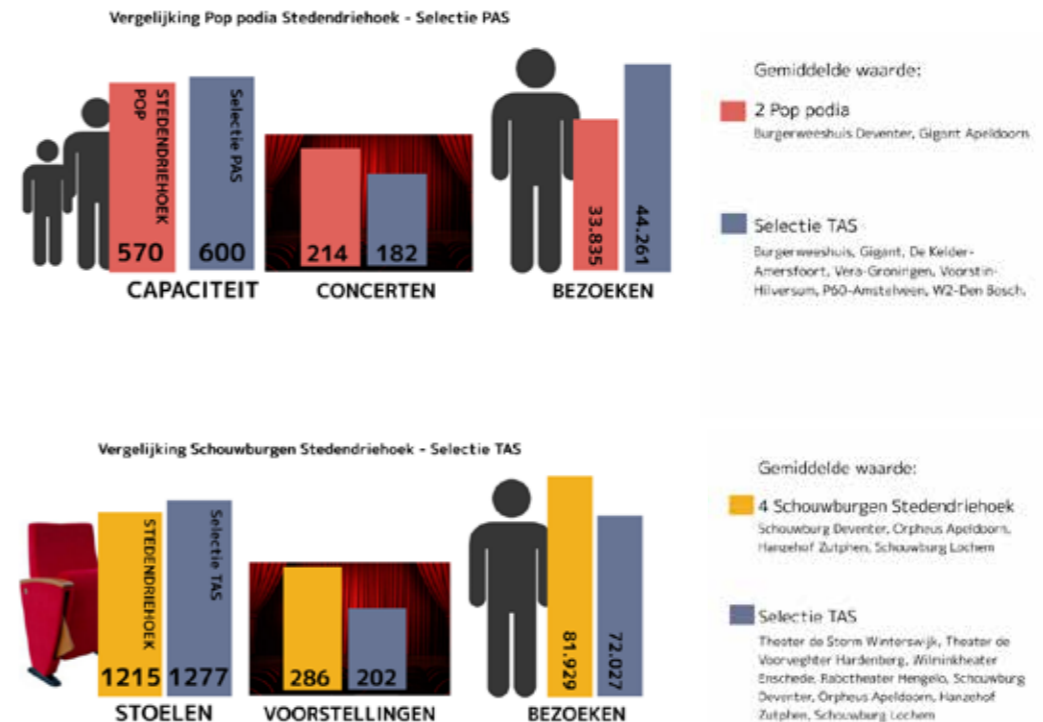


De taak om vraag en aanbod bij elkaar te brengen vraagt om eigentijdse visies en persoonlijke presentatie van de kunsten verbonden met stad en samenleving.

Kengetallen afgezet ten opzichte van landelijke gemiddelden

Hoe doen de PODIA STEDENDRIEHOEK het in vergelijking met andere theater, pop-podia³. Die vergelijking is gemaakt met behulp van een zogenaamde TAS selectie (Theater Analyse Systeem)⁴ en een PAS selectie, (Poppodium Analyse Systeem). Door vergelijkbare podia toe te voegen aan de eigen statistiek, geeft dit gewogen gemiddelde een globaal beeld van de prestaties van de individuele podia.

Op basis van deze aannames kunnen we constateren dat de verschillende podia, gezien hun verzorgingsgebied, de beschikbare financiële middelen en de kwaliteit van de huisvesting, het heel behoorlijk doen. Structureel samenwerken in regionaal verband kan deze prestatie alleen maar versterken.



3 | Voor de filmhuizen is een dergelijk onderzoek niet beschikbaar

4 | Theater Bouwkunde maakt geen onderdeel uit het Theater Analyse Systeem en bevindt zich daarom buiten de selectie.

5 | Gezamenlijk tellen de 4 schouwburgen 327.716 bezoeken over 2013 (Orpheus 132.057, Schouwburg Deventer 123.537, Hanzehof 57.122 en Schouwburg Lochem 15.000).

Ontwikkelingen en trends in Podiumkunsten

Landelijk

Op veel fronten trekken de Rijksoverheid en Provinciale overheid zich terug op hun primaire taken. Feit is dat belangrijke maatschappelijke zorgtaken overgeheveld zijn naar lokale overheden. Deze taakoverheveling gaat gepaard met aanzienlijke bezuinigingen (efficiency). De gemeentes hebben er een stevige taak bij. De Rijksoverheid heeft zich altijd ingezet voor een nationaal kunst- en cultuurbeleid, waarbij de productie van Kunst en Cultuur, ingebed is een de zogenaamde Basis Infra Structuur (BIS). De podiumkunstproducties, gefinancierd met Rijksgeld, nemen een specifieke plek in op de podia. In aantal wordt er niet bijzonder veel afgenomen (ca. 10 - 13 % van het aanbod van de theaterpodia bestaat uit Rijks-gesubsidieerd aanbod), maar een theaterprogrammering zonder dit bijzondere aanbod, is niet in balans.

Regionaal

De provincies Gelderland en Overijssel werken actief samen op het gebied van culturele ontwikkeling. De meerjarige cultuurconvenanten met de Rijksoverheid zijn hiervoor een krachtige stimulans geweest. Er is echter een tendens waarneembaar waarbij de Provincies minder verantwoordelijkheid nemen voor het ondersteunen van de culturele infrastructuur. Provincies zijn

voor de nieuwe beleidsperiode (2015 e.v.) een nieuwe, andere rol aan het onderzoeken en zetten vooral in op beleidsthema's als regionale economie, toerisme, duurzaamheid en maatschappelijk ondernemen. Voor de podia liggen hier dus kansen op het gebied van toerisme en de verbinding met de regionale economie.

De provincies hebben wel instrumenten in het leven geroepen zoals het nieuwe Fonds voor Gelderse Cultuurleningen, die mogelijk ingezet kunnen worden om deze doelen te bereiken. De Provincie Gelderland heeft in genoemd fonds bijvoorbeeld voor de cultuursector 4 miljoen euro beschikbaar. Doel van het fonds is het bevorderen van de overgang in de culturele sector naar cultureel ondernemerschap, zodat instellingen minder afhankelijk worden van subsidie.

Gemeentelijk

Op gemeentelijk niveau worden straks gezondheidsvraagstukken en programma's op het gebied van het sociale, maatschappelijke en culturele welzijn in samenhang ontwikkeld en beoordeeld. De gemeente heeft straks alle bijbehorende geldstromen (subsidie-regelingen) in beheer. Aangezien de overgehevelde rijkstaken, gepaard gaan met aanzienlijke bezuinigingen, is het reëel te

veronderstellen dat de lokale culturele subsidies onder druk komen staan. Daarom wordt van culturele organisaties meer en ander cultureel ondernemerschap verlangd, waarbij een lagere subsidieafhankelijkheid het streven is. De culturele instellingen moeten meer verbinding zoeken met het lokale maatschappelijk middenveld, verbinding zoeken met de vraagstukken die leven in het sociale en gezondheidsdomein. Laten zien wat de gezondheidsinstellingen kunnen hebben aan de programmakwaliteiten van de podia, werken aan culturele programma's die bijdragen aan sociale ontwikkeling en cohesie. Voor culturele instellingen een nieuwe en interessante vorm van maatschappelijk, cultureel ondernemen.

De Stedendriehoek

De podiumkunsten zijn lokaal georiënteerd, publiek wil uitgaan dicht bij huis. Bekend is dat de publieksmobiliteit (uitgaan in een andere stad) zeer beperkt is, veel nieuw onderzoek toont dat eens te meer aan.⁶ Dus samenwerken in Stedendriehoek moet zijn kracht ook in andere mogelijkheden zoeken. De Culturele Kraamtafel heeft in dat licht interessante perspectieven opgeleverd. Natuurlijk wordt daar waar het kan en zinvol is, gezorgd voor een maximale publieksmobiliteit. Vooral bijzondere en unieke producties, die

weinig te zien zijn in het gebied, verdienen specifieke aandacht. Maar ook quick wins als kennisdelen, regionaal afstemmen van het programma en het ontwikkelen van een culturele toekomstagenda rond toerisme, economie en het sociale domein worden belangrijke uitkomsten van het samenwerkingsverband.

Dwarsverbanden

Culturele instellingen zijn van oudsher gewend om binnenstedelijk, collegiaal samen te werken. Ook zijn er diverse horizontale landelijke en regionale samenwerkingsstructuren tussen de podia.⁷ Het nieuwe regionale verband Podia Stedendriehoek is een welkome aanvulling op dit palet en kan zowel bijdragen aan de professionalisering en versterking van de individuele leden als aan de sector als totaal.

6 | Publiek reist beperkt naar podiumkunsten, Cees Langeveld, ESB 96(4609) 29 April 2011.

7 | o.a. de VSCD, VNP, SOS en het Groot Filmtheater Overleg.

Werkplan PODIA STEDENDRIEHOEK 2015-2016

De visie van de PODIA STEDENDRIEHOEK

De podia in de stedendriehoek hebben een rijk en divers aanbod van podium-, pop- en filmproducties. Door regionale samenwerking op cultureel en operationeel gebied kunnen we ook de komende jaren deze breedte en diepte van het aanbod vasthouden en maximaliseren de tien partners het culturele klimaat in de Stedendriehoek.

Het resultaat is een geprofileerd podiumaanbod, beschikbaar en zichtbaar voor alle inwoners in de regio, gepresenteerd door efficiënt werkende instellingen.

Missie PODIA STEDENDRIEHOEK

De Deventer Schouwburg, Theater de Hanzehof Zutphen, Theater & Congres Orpheus Apeldoorn, Schouwburg Lochem, Theater Bouwkunde Deventer, het Burgerweeshuis Deventer, de Gigant Apeldoorn, Filmhuis de Keizer Deventer en Filmhuis Luxor Zutphen en Het Koelhuis Zutphen vormen samen het cultureel samenwerkingsverband PODIA STEDENDRIEHOEK.

De kansen en mogelijkheden die deze stedendriehoek biedt, worden de komende jaren uitgewerkt op een gestructureerde en innovatieve wijze, opdat ons publiek kan blijven rekenen op een bijzonder en gevarieerd cultureel leven.

Regionale profilering en samenwerking als inspiratie

- Samen sterker in de regio. Maar ook samen sterker in eigen stad.
- Met een veranderde rol van de overheid (landelijk en provinciaal) is stedelijke en regionale samenwerkingskracht essentieel.
- Samen hebben we de schaalgrootte om aan te pakken en door te pakken.
- Samen kunnen we meer. Samen trekken we ons aan elkaars kennis en capaciteiten op en kunnen we onze organisaties verder ontwikkelen en professionaliseren.

De context

De partners willen de inwoners van de Stedendriehoek zien als één publiekmarkt, maar hebben wel te maken met de reisbereidheid van hun publiek. Onderzoek toont aan dat publiek voor toneel, opera, dans en klassieke muziek in de regio beperkt reist: 75 procent van het publiek woont binnen een straal van 17 kilometer. Voor grote producties, zoals *Warhorse*, of *Anne* is het publiek verder bereid te reizen. Maar in alle gevallen treedt er bij toenemende afstand, daling van de reisbereidheid op.



De steden in de Stedendriehoek liggen precies op de (statistische) grens van 20 minuten / 17 kilometer voor de podiumkunsten. Waarbij aangetekend dat voor muziek en musicals de grens naar boven is af te ronden. Ook voor specifiek popaanbod blijkt het publiek verder te willen reizen.

Dit blijkt ook uit de publiekscijfers van de theaters. Gemiddeld 70%- 80% bezoekt het theater in de eigen stad. De overige bezoekers komen vooral uit de directe omgeving. Slechts een fractie van 2 - 5 % bezoekt het theater in de overige steden uit de Stedendriehoek. De directe concurrentie tussen de theaters is daardoor gering.

THEATER

Programma-afstemming

- In de regio wordt vrijwel het hele repertoire van de landelijke werkende gezelschappen, impresariaten en producenten geboekt. In de samenwerking wordt gekeken naar het aanbod voor de grote zaal. Het vlakke vloeraanbod wordt op stedelijk niveau besproken en afgestemd.
- Programma-afstemming tussen de theaters zorgt voor
 - Een goede verdeling van het beschikbare aanbod tussen de
 - Betrokken theaters (markt- en vraagsturing)
 - Spreiding in de tijd van het aanbod.
 - Vermijding van overaanbod
 - Programmering van uniek aanbod (b.v. opera of grote musicals), met een regio-uitstraling en grotere publieksmobiliteit

Dit proces van programma-afstemming is in gang gezet, het overleg met de producenten is gestart. Schouwburg Orpheus en Schouwburg Deventer hebben voor het programma 2015-2016 nauw overleg. De twee andere theaters haken aan..

Marketing en communicatie

- De programma-afstemming wordt ingebed in een marketingstrategie. Gezamenlijke communicatie en verwijzing naar elkaar zijn hierbij de sleutelwoorden.

- Regionale marketing van producties wordt ingezet voor aanbod waarvoor de reisbereidheid van het publiek voldoende groot is.
- Voor de communicatie over dit aanbod wordt geschikte media gezocht.
- De partners denken dat communicatie via de sociale media noodzakelijk is en het toekomstmedium voor de culturele communicatie zal zijn.

Kennisdelen en samenwerken

De waan van de dag is groot. De organisaties zijn relatief klein. Dus nieuwe ontwikkelingen stranden vaak door tijd- en geldgebrek. Om het samenwerkingsverband PODIA STEDENDRIEHOEK toch goed te kunnen ontwikkelen, zijn er afspraken gemaakt.

- De twee grote theaters nemen de lead in dit regiodossier en ondersteunen de collega's met raad en daad
- Kennis en vaardigheden worden ruimschoots, collegiaal met elkaar gedeeld. Een telefoontje in het netwerk is eenvoudig te plegen en levert altijd wat op.
- Er wordt door de partners verantwoordelijkheid genomen voor Samen - Werken.

POP Podia

Ook voor de twee Pop podia geldt dat 80% van de bezoekers afkomstig is uit de directe omgeving (max 20 km) en de overige 20% van daar buiten. Dus de podia zijn in hun verspreidingsgebied heer en meester voor wat betreft de zogenaamde clubtours, dance-events en natuurlijk het lokale aanbod. De pop-podia van Zwolle, Arnhem/ Nijmegen en Enschede/ Hengelo zijn in zoverre concurrent dat daar aanbod kan staan, dat technisch niet geplaatst kan worden in de Gigant of Burgerweeshuis. En popconcert-bezoekers zijn voor dergelijke bands wel bereid om te reizen. De boekingskantoren zorgen ook nu al voor een redelijke spreiding.

Programma-afstemming

- De markt zorg voor programma-afstemming en spreiding
- Popartiesten hebben de theatertour ontdekt. Concertprogramma's in de theaters en schouwburgen. Zij wisselen dit af met clubtours. Publiek voor deze theatertours is ook potentieel publiek voor bezoek aan de pop-podia.
- De theaters en de pop-podia in de Stedendriehoek spreken af om in overleg met elkaar deze programma's te presenteren (vermindering van dataconcurrentie en overaanbod).

- Burgerweeshuis (Pop & Dance) en Gigant (Pop & Filmhuis) hebben een sterk verschillend profiel. Deze verschillende profielen zullen we scherper uitlichten, waardoor van beide podia en steden de kracht meer naar voren komt, ook bij de boekers.
- Publiek blijkt verder te reizen voor een specifiek onderscheidend programma aanbod. De pop-podia kunnen zich daarop verder onderscheiden ten opzichte van de pop podia in de omgeving en het overige aanbod in de stedendriehoek.

Marketing en communicatie

- De Gigant en het Burgerweeshuis hebben een samenwerking op het gebied van promotie. Hierbij is er een wederzijdse ruil van agendaruimte afgesproken en wordt er in de maandfolder een aankondiging opgenomen van elkaars hoogtepunten
- Programma-overleg tussen de 2 pop-podia maakt het gezamenlijk programmeren van bijzonder en vooral kwetsbaar en nieuw aanbod mogelijk.

Kennisdelen en samenwerken

- De twee pop-podia maken deel uit van meerdere professionele landelijk en regionale netwerken. Met name de kennis rond sociale media en e-marketing wordt gedeeld met de andere partners.
- Deel uitmaken van het podiumnetwerk is een belangrijke waarde

FILM Theaters

Voor het filmhuisaanbod is het publiek niet bereid verder te reizen dan een paar kilometer. Het aanbod van de filmhuizen in Deventer, Apeldoorn en Zutphen is daarom niet concurrerend. Technologische ontwikkelingen, zoals de digitale distributie van films, hebben ervoor gezorgd dat filmhuizen flexibel kunnen programmeren en het aanbod efficiënt kunnen afstemmen op de vraag van het publiek.

Programmaoverleg

- Door het enorme jaarlijkse aanbod van filmtitels, is het programmeren van een of meerder filmdoeken, een kennisintensieve activiteit. Afgesproken is een regelmatig programma-overleg tussen de drie filmtheaters. Dit leidt tot een kwalitatief betere filmprogrammering.

Kennisdelen en samenwerken

Deel uitmaken van een regionaal, podiumkunsten gerelateerd samenwerkingsverband, levert nieuwe inzichten en mogelijkheden op, met name op het gebied van bedrijfsvoering en marketing.

Kansen en bedreigen

In gesprekken met de instellingen en op basis van beschikbaar onderzoek is een beperkte SWOT analyse gemaakt

Sterktes

- Sterke lijn Apeldoorn - Deventer.
- Kracht van de Steden
- Bedrijfsleven en onderwijs met kennis aanwezig
- Hanze historie in 21^e eeuw
- Brede culturele infrastructuur (voor elk wat wils)

Kansen

- Regioprofilering
- Krachten bundelen: samen sterker
- Lijn Apeldoorn – Deventer als basis inzetten voor verder uitwerken samenwerking
- Samen het publiek beter kennen
- Kennis deling
- Schaalvergroting door samenwerken

Zwaktes

- Verschil in schaalgrootte
- Verschil in budget
- Verschil in visie (op onderdelen)
- Weinig geld voor marketing en innovatie

Bedreigingen

- Op onderdelen elkaars concurrent
- Samenwerking niet noodzakelijk voor overleven: al gauw naar de achtergrond
- De waan van de dag regeert in de organisaties
- Kleine organisaties, met weinig tot geen overcapaciteit.
- Kleine exploitatie budgetten, veel geld in gebouwen.

De praktische aanpak, met concrete afspraken voor 2015-2016 zijn voldoende aanleiding om de samenwerking ook nog een stip op de horizon mee te geven. Ook het feit dat de lijn Apeldoorn- Deventer in het hele proces telkens het voortouw neemt, is een geruststellende gedachte.

Erkend wordt wel dat ondanks de zwakke punten in de samenwerking, het uiteindelijk een gezamenlijke verantwoordelijkheid is van de 10 partners om deze krachtige motor, die ten goede komt aan allen, te voeden en te bevragen om daarmee de kracht van het verschil te onderstrepen.

De stip op de horizon

Tot slot een paar inspirerende ideeën en stippen op de horizon die op termijn ontwikkeld kunnen worden.

Zoals gezegd de organisaties hebben zelf geen tot weinig budget om nieuwe, innovatieve strategieën te ontwikkelen.

Maar de kracht van de samenwerking kan zijn dat in gezamenlijkheid er via o.a. fondswerving, budget kan worden gevonden om de noodzakelijke vernieuwingslagen te maken.



Samen vooruit!

- Om de ambities in de verdere toekomst van de Podia Steden-driehoek te verwezenlijken is naast goede intenties ook menskracht en geld nodig.
- Fondswerving voor een kwartiermaker,
- Verankering door middel van een convenant: verbindingpunt met commitment

Hierna een paar schetsen van mogelijkheden en ideeën
Om te zetten in de komende twee jaar tot een praktisch plan voor de jaren na 2016.



Versterken organisaties: afstemming, samenwerking en innovatie

- Duurzame professionele samenwerking en innovatie
- Kennisdelen
- Netwerken
- ICT ontwikkeling, met name op het gebied van sociale media en het “internet of things”
- (ICT) investeringsprogramma's op elkaar af stemmen.

Publiekscennis

- Publieksdata verzamelen, analyseren en er op inspelen (reisbereidheid, informatiebehoefte, servicegerichtheid, tijdsduur en bestedingspatroon).
- Publieksgedrag regio in kaart brengen en daar programmering op afstemmen.
- Bezoeker en niet-bezoeker beter leren kennen en begrijpen.
- Gezamenlijk investeren in nieuwe e-marketing
- Marketing met elkaar optuigen. Samen slimmer doen.
- Omgang sociale media
- Gezamenlijk nieuwsbrief: op basis van data-analyse (belangstelling, bereik, aanbod) worden regionaal bijzondere producties uitgelicht.

Presentatie totale aanbod

-
-
-

Tot Slot

Het netwerk is er, de organisaties en hun directies zijn concreet aan de slag.
De Kraamtafel heeft resultaat gehad
Opvoeden en opgroeien is nu het parool.

