

Het Grootte Hoofd, Impulsaanvraag Kunstloc 2019 – 2020.

I. Inleiding: In 1997 is Het Grootte Hoofd opgericht. De eerste voorstelling van Het Grootte Hoofd "Korbes, unne mèn" een coproductie met Productiehuis Brabant was de openingsvoorstelling van Theaterfestival Boulevard in dat jaar. In 2013 vestigde Het Grootte Hoofd zich als professionele theatergroep op de Veghelse Noordkade in de voormalige veevoederfabriek van de CHV.

Artistieke uitgangspunten: Het Grootte Hoofd maakt theater dat mensen beroert omdat de thema's herkenbaar zijn en worden afgezet tegen onontkoombare wereldse politieke en historische verschuivingen. Het Grootte Hoofd maakt theater van het mededogen. De voorstellingen laten je realiseren dat je zelf de macht hebt om dingen te veranderen en in gang te zetten.

Het Grootte Hoofd werkt aan verhalen die gaan over het mechanisme tussen mensen en hoe zij overleven. Dat wat mensen drijft binnen een specifieke situatie of tijdsgewricht, wordt artistiek inhoudelijk, beeldend, vakmatig en productioneel vertaald. Zoals het levenslied ook alleen mensen echt ráákt als de muzikale kwaliteit hoog is, zo geldt ook optimale kwaliteit en beleving voor het werk van Het Grootte Hoofd. Het Grootte Hoofd heeft de overtuiging en drijfveer dat alleen door een vakmatig artistiek inhoudelijke verbeelding van het 'gewone verhaal' het publiek echt wordt aangezet tot reflectie en beweging.

Visie en ambitie: Het Grootte Hoofd staat voor een professioneel gezelschap dat vanuit Oost Brabant modern volkstheater maakt en speelt. Het gezelschap heeft thematisch, inhoudelijk en praktisch een krachtige binding met haar publiek en omgeving.

Het Grootte Hoofd laat zien hoe door publiekswerking een nieuw soort theater ontstaat, waarvan het publiek weet: dit heeft met óns te maken, met de kleine mens.

Deze visie steunt op vier pijlers te weten:

- Professioneel en ambitieus volkstheater
- Verhalen over de kleine Brabantse mens
- Universele zeggingskracht en aansluiting bij het tijdsgewricht
- Inhoudelijk en fysiek betrekken van omgeving en bevolking

Locatie: Het Grootte Hoofd maakt theater waar het publiek naar toe komt op de Noordkade in Veghel. Deze locatie wordt op verschillende plaatsen en manieren bespeeld. Op de Noordkade is sprake van een unieke samenwerking tussen 'culture' en 'food' die geworteld is in het dna van Veghel waar bedrijfsleven en cultuur samen de handen uit de mouwen steken.

2. Een volgende stap: Het Grootte Hoofd wil op de middellange termijn uitgroeien tot een landelijk gekend en onderscheidend professioneel (locatie)theatergezelschap in en uit Oost-Brabant. Vergelijkbaar met de impact van het theaterspektakel het Pauperparadijs in Veenhuizen wil het Grootte Hoofd vanaf 2021 grootschalig locatietheater maken dat voelt als een levenslied. Werk dat ontstaat vanuit het Brabantse land, de omgeving en de kleine mens op deze grond met zijn specifieke streektaal, vechtend voor zijn bestaan, tegen grote machinaties als kapitaal, politiek en religie. Het gezelschap heeft de ambitie om op universeel niveau een voor Brabant nieuw soort theater te maken, waarvan het publiek weet; dit heeft met óns te maken. De producties van Het Grootte Hoofd worden gemaakt en in serie gespeeld op één aansprekende plek, de Noordkade in Veghel. Hierdoor krijgt het werk de kans zich te verdiepen, ontstaat impact in de gemeenschap, kan mond-op-mond-reclame zijn werk doen. Het gezelschap wil verder wortelen in de regio. De ervaring leert dat het publieksbereik geografisch toeneemt en groeit in aantallen bezoekers naarmate een productie ergens langer staat. Het publiek komt in 2019 nog met name uit de directe omgeving en de provincie, maar Het Grootte Hoofd heeft de ambitie dat vanaf 2021 door een gedegen marketingaanpak, de universele zeggingskracht en de aansprekende speelplek ook een landelijk publiek in beweging komt. In de periode 2019/2020 gaat het Grootte Hoofd eraan werken om de stap naar grootschalige locatieproducties te kunnen maken.

Om de volgende stap te realiseren gaat het Grootte Hoofd in 2019/2020 werken aan:

Professionaliseren van het gezelschap: De organisatie van Het Grootte Hoofd is nu nog kwetsbaar, medewerkers werken op freelance basis. Het aantal uren dat wordt gewerkt is veel groter dan waarvoor betaling plaatsvindt, de benodigde tijd en een passende beloning daarbij is onvoldoende en voldoet nog niet aan de uitgangspunten van de Fair Practice Code. Het Grootte Hoofd heeft om de gewenste stap te maken, nood aan meer continuïteit, tijd en expertise in de organisatie en wil de medewerkers de ruimte geven om meer uren te kunnen besteden aan de weg naar het grotere perspectief en hen daarbij belonen volgens de uitgangspunten van Fair Practice. Het Grootte Hoofd wil tegelijkertijd via een impulsbijdrage professionaliseren d.w.z. de organisatie versterken door meer uren inzetbaarheid te realiseren van de huidige artistiek leider en zakelijk leider en tevens z.s.m. te kunnen beschikken over een administrateur, een medewerker secretariaat en een marketeer. Op dit moment is naast artistiek leider Anna van Hoof, Jan van Hoof als zakelijk leider verantwoordelijk voor de algemene bedrijfsvoering en het beleid.

Hij onderhoudt de zakelijke relaties met diverse partners, zowel intern op de Noordkade, als extern; op gemeentelijk-, provinciaal- en landelijk niveau. Ureuitbreiding is nodig voor de artistiek leider om producties beter te kunnen voorbereiden en voor de zakelijk leider om z.s.m. een meerjarig artistiek- en ondernemersplan 2021-2024 te maken en voor de verdere doorontwikkeling van Het Grootte Hoofd. Een impuls is ook nodig voor het kunnen aantrekken van een administrateur die de opdracht krijgt de administratie, de fondsenwerving en het budgetbeheer ter hand te nemen. Eén van de urgente werkzaamheden van de zakelijk leider en de administrateur samen wordt het opstellen van functie- en taakprofielen van de medewerkers van Het Grootte Hoofd en het toewerken naar een beloning cf. de salarisschalen in de theater Cao. De zakelijk leider en de administrateur maken verder i.o. met het bestuur z.s.m. een organigram, waarin vaste- en freelance medewerkers een plaats krijgen. Verder maken en werken ze aan een fondsenwerving- en sponsorstrategie plan van aanpak en aan een loyaliteitsprogramma voor financiers en bedrijfsleven. Ook maken ze i.o. met de artistiek leider en het bureau twee-ons een profiel t.b.v. de werving van een aan te trekken marketeer. Het team van Het Grootte Hoofd wordt op basis van dat profiel z.s.m. aangevuld met een marketeer, die in staat is om op strategisch niveau te communiceren over de activiteiten van het gezelschap en die ook de uitvoering

van de pr activiteiten ter hand neemt. Dataverzameling en de marketing daarop gericht baseren krijgt daarbij extra aandacht. Hij/zij werkt aan een databestand waarmee gesegmenteerde marketing plaats kan vinden.

De marketeer is ook degene die werkt aan het ontwikkelen en in stand houden van het relatienetwerk van en voor Het Grootte Hoofd. Dat alles om de schaa sprong richting 2021 te kunnen maken. Om dit alles te kunnen doen is een financiële impuls nodig. In de begroting 2019/2020 is daar een financiële vertaling aan gegeven. Het Grootte Hoofd gaat vervolgens vanuit een duurzamere werking en een gezonde financiële basis werken aan provinciale en landelijke zichtbaarheid als het nieuwe Brabantse volktheatergezelschap dat vanaf 2021 om het jaar één grootschalige locatieproductie op de Noordkade maakt en in het andere jaar een kleinere of een middelgrote voorstelling maakt en speelt die op de Noordkade en ook elders in Brabant en/of op festivals te zien zijn.

De impuls is bedoeld voor:

1. Urenuitbreiding van de artistiek en de zakelijk leider t.b.v. het versterken van de artistieke impact van de producties en het maken van een meerjarig artistiek en ondernemersplan 2021-2024
2. Het versterken van de organisatie door het kunnen beschikken over een administrateur, een secretariaat en een marketeer en het betalen van de medewerkers volgens de uitgangspunten van de Fair Practice Code c.q. de CAO Theater.
3. Het maken en uitvoeren van specifiekere on-line en off-line marketing
4. Het maken en uitvoeren van een loyaliteitsprogramma voor financiers en bedrijfsleven
5. Het maken en ter hand nemen van een plan van aanpak voor fondsenwerving- en sponsoring.

Marketing t.b.v. Brabantse positionering en provinciale en landelijke zichtbaarheid. Het Grootte Hoofd staat voor professioneel en actueel volktheater en neemt de rol van 'verhalenverteller' in de moderne samenleving op zich. Zij wil mensen dwars door de bevolking bereiken, niet alleen reguliere theater- of festivalbezoekers maar ook mensen die nooit naar een toneelstuk gaan. Vanuit de Noordkade worden bezoekers uit het hele land getrokken, hiervoor worden de kleinere en middelgrote producties expliciet als communicatiemiddel ingezet. Deze moeten mede publiek trekken voor de grotere producties die vanaf 2021 alleen op de Noordkade spelen. Het Grootte Hoofd krijgt dan provinciale en nationale zichtbaarheid, d.w.z. trekt publiek uit heel Brabant, uit de zuidelijke provincies (Zeeland, Limburg) en Vlaanderen, daarna op termijn uit Gelderland en Utrecht en vervolgens uit de rest van Nederland. Het huidige publieksbereik en de zichtbaarheid van Het Grootte Hoofd is nu nog vooral lokaal, d.w.z. publiek komt uit de regio Veghel, zichtbaarheid is nog regionaal d.w.z. de regio Meijerijstad. Nu al komen 1,2 miljoen bezoekers uit heel Brabant jaarlijks naar de Noordkade. De schaa sprong van Het Grootte Hoofd en de samenwerking op de Noordkade biedt kansen. Er is veel expertise en publicitaire slagkracht. Grotere producties en daarvoor meeliften op de marketing van partners op de Noordkade biedt veel publicitaire mogelijkheden en grote kansen voor verbreding en toename van het publieksbereik en vervolgens voor meer zichtbaarheid. De samenwerking binnen CHV Noordkade biedt kansen om in die gezamenlijkheid van de daar aanwezige culturele partners en het bedrijfsleven landelijke campagnes te ontwikkelen. Binnen CHV Noordkade zijn gesprekken daarover gaande. De grootschaliger producties krijgen juist vanuit die gezamenlijke slagkracht meerwaarde voor het culturele aanbod in de regio.

Het Grootte Hoofd werkt om dat te realiseren aan:

- Via bureau 'twee ons', (<https://www.twee-ons.nl>), het pr en marketingbureau waarmee we komende jaren een marketingconcept met impact ontwikkelen.
- Aantrekken van een professionele marketeer die samen met stagiaires 'hands on' de strategie en de pr activiteiten uitvoert.
- Marketing samenwerking en loyaliteitsprogramma met culturele en commerciële partners die zijn gevestigd op de Noordkade.

De opdracht aan zowel het Bureau twee-ons en de aan te trekken marketeer wordt:

- Formuleer de kernwaardes van Het Grootte Hoofd.
- Ontwerp een daarbij passend beeld/logo en de vormgeving voor de online en offline communicatie
- Maak een gedegen marketingplan waarmee Het Grootte Hoofd zichtbaarder wordt voor publiek, professionals, mogelijke subsidienten, sponsoren, pers en media.
- Maak samenwerkingsafspraken qua marketing communicatie met de op de Noordkade gevestigde partners van Het Grootte Hoofd.
- Doe publieksonderzoek en verzamel publieksdata, waarmee Het Grootte Hoofd kan bouwen aan een groter Publieksbereik en aan een loyaliteitsprogramma.

3. Marketing uitgangspunten.

Doelstellingen

- Landelijke profilering als professioneel en ambitieus Brabants volktheater met actuele en universele verhalen over de kleine man.
- Het vergroten van de naamsbekendheid en zichtbaarheid van theatergezelschap Het Grootte Hoofd.
- Het werven van nieuw publiek en het vergroten van het publieksbereik regionaal en landelijk.
- Het verwerven en binden van partners (lokale ondernemers/bedrijven, onderwijs, culturele initiatieven).

Meerdere publieksgroepen: De missie van Het Grootte Hoofd is om 'volktheater' te maken, dus is het belangrijk om een zo groot mogelijk en divers publiek te bereiken. Hiervoor is veel potentie, doordat Het Grootte Hoofd professionele acteurs én lokale talenten in haar voorstellingen laat spelen. Dat publiek kunnen we onderverdelen in twee groepen, namelijk het publiek dat gewend is naar een theatervoorstelling te gaan en zogenaamd "nieuw publiek". Deze laatste groep zijn mensen die niet gewend zijn om naar het theater te gaan, waarvoor de drempel als té hoog wordt ervaren. In deze groep vallen bijvoorbeeld familieleden en vrienden van de amateuracteurs die meedoen in de voorstellingen, maar ook relaties van partners, sponsors, initiatieven en partnerinstellingen en natuurlijk het publiek dat zich herkent in de thematiek van het stuk dat op dat moment speelt. Het andere deel is het publiek dat gewend is om naar het theater te gaan. Dat publiek bestaat voornamelijk uit amateurs, fans van Het Grootte Hoofd, fans van de (professionele) acteurs, lokale theatergezelschappen en bezoekers van theater/kunst/cultuur. De producties van Het Grootte Hoofd zijn geschikt voor en worden bezocht door – volgens onze ervaringen – mensen vanaf ongeveer 11 jaar t/m de hoogste leeftijden. Naarmate de voorstelling de kans krijgt te wortelen, gaat de mond-op-mond-reclame goed werken en komt er steeds meer publiek van buiten de regio/provincie. Op dit moment kent het Grootte Hoofd een gemeten publieksbereik van de nabije regio in Meijerijstad. Met het langer staan van een aansprekende productie op een

aansprekende plek als De Noordkade, genereert het Grootte Hoofd een nieuw publiek, niet alleen uit de regio, maar ook publiek dat bereid is de reis naar de Noordkade te ondernemen voor nieuwe producties van het Grootte Hoofd.

Corporate identity: Het Grootte Hoofd is een bijzonder theatergezelschap, zowel in de manier van werken als de inhoud van de producties. Als publiek maak je een lokaal en historisch, universeel en actueel verhaal mee dat diepgeworteld is in de Brabantse ziel. De propositie voor de communicatie is hiermee: Het Grootte Hoofd brengt professioneel volktheater in Oost-Brabant met verhalen die ook jouw leven raken.

Strategie: De marketing strategie wordt ontwikkeld vanuit de lange termijnvisie van Het Grootte Hoofd. Het Grootte Hoofd kiest ervoor om vooral het merk, niet het product, te promoten wat in meer continuïteit qua bezoekers moet gaan resulteren. Inhoudelijk gaat het dan om consequente profilering en storytelling. Het merk Het Grootte Hoofd staat voorop, de communicatie vormt een lopend verhaal waarin iedere productie of uiting een nieuw hoofdstuk is. De corporate identity en de huisstijl worden uitgewerkt door bureau Twee Ons. Uitingen over en van verschillende producties lijken op elkaar, het gaat immers om Het Grootte Hoofd. Het Grootte Hoofd wil niet alleen reguliere theaterbezoekers bereiken, maar juist ook mensen die normaal gesproken niet naar het theater gaan. Ze wil laten voelen dat theater hen kan raken, tot denken en handelen kan aanzetten. Per productie zal hiervoor een aparte strategie worden ontwikkeld, passend bij het onderwerp. De website vormt de spil in de communicatie. Deze is nu nog volledig zendergericht maar zal na vernieuwing ingericht worden op het aangaan van dialoog. Het gaat Het Grootte Hoofd immers niet alleen om verhalen vertellen, maar ook om verhalen ophalen en mensen actief als vrijwilliger bij de grotere producties betrekken. Ook social media zullen ingezet worden om verhalen te vertellen en te halen. De doelgroepen zijn divers, dit vraagt om verschillende toegepaste communicatiestrategieën. Het Grootte Hoofd wil niet alleen rondom de producties, maar juist ook in de tussentijdse periodes communiceren en het publieksbereik vergroten.

Social media worden ingezet t.b.v. het regelmatig vertellen van het verhaal van Het Grootte Hoofd en voor gerichte acties via:

- Vernieuwde website, ingericht op dialoog en interactie.
- Gerichte onlinecampagnes (Facebook, Instagram e.a.).
- Trailer lokale bioscoop bij elke grote locatie productie.
- Educatieproject voor scholieren.
- Ontwikkeling arrangementen met verblijf op Noordkade en loyaliteitsprogramma voor bedrijven, onderwijs, culturele partners, overheden en fondsen.

Samenwerking: Het Grootte Hoofd werkt samen met de ondernemers en instellingen die zich in de CHV Noordkade gevestigd hebben. Samen zetten zij zich in om publiek en consumenten naar de locatie te trekken. Het gaat hier om een zeer divers publiek (bioscoop, supermarkt, foodmarkt, festivals, creatieve cursussen etc.) dat niet per se theatervoorstellingen bezoekt. In de marketing rond de producties zullen speciale acties opgezet worden voor en met deze bedrijven. Met theater de Blauwe Kei op de Noordkade komt ook het theaterpubliek in deze cultuurhaven waar Het Grootte Hoofd zichtbaar aanwezig is. Bij de opzet van elke productie wordt samengewerkt op het gebied van voorzieningen en p.r. met Stichting CHV en Theater de Blauwe Kei, waardoor ook dit publiek Het Grootte Hoofd leert kennen.

Grootte Hoofden: De amateurs, vrijwilligers en ambitieuze talenten die hebben meegewerkt aan één of meerdere producties vormen de kweekvijver, oftewel de Grootte Hoofden. Zij worden betrokken bij de ontwikkelingen van Het Grootte Hoofd, ook als zij niet meewerken aan de actuele productie. Speciaal voor deze groep wordt bij elke productie een matineevoorstelling met lunchpraatje georganiseerd. Hier wordt ingegaan op de ontwikkelingen en de actuele artistieke keuzes, de bezoekers krijgen een kijkje achter de schermen. Dit is onderdeel van de fan-strategie, die zich tegelijk richt op het bereiken van een bredere achterban.

Intermediairs: Vanuit de universele verhalen, de landelijk bekende acteurs die de ziel van de Brabantse kleine mens vertolken en het industriële erfgoed als intrinsiek onderdeel van de producties zullen per productie bijzondere verhalen geschreven worden die voor de regionale en landelijke pers interessant zijn.

4. Positionering en meerwaarde voor Noord-Brabant: Het Grootte Hoofd werkt op de Noordkade in en vanuit Veghel, midden in de Brabantse gemeenschap, op het platteland, direct bij haar inspiratiebron. Door het bewerken van verhalen, de legendes, de pijn, de frustraties en het stilzwijgen en geluk, dat ligt besloten in het Brabantse land en de Brabantse taal, werkt Het Grootte Hoofd aan nieuw universeel repertoire. In het Oosten van Brabant was tot voor kort geen professionele theatergroep gevestigd. Het Grootte Hoofd gaat zich daar ontwikkelen tot een professioneel theaterbedrijf waar zowel de artistieke visie, de verbinding met publiek en amateurs en de organisatorische en de financiële zaken goed zijn geregeld. De producties die worden gemaakt en waarmee we onze ambitie realiseren, zijn een reflectie op (politieke) verschuivingen in het huidige tijdsgewricht en de reactie van de 'gewone mens' hierop. Oost-Brabant krijgt met Het Grootte Hoofd een professionele theatergroep, die haar wortels stevig in de kale zandgronden heeft staan en repertoire maakt dat aansluit bij de geschiedenis en belevingswereld van de bevolking. Uit gesprekken en eerdere samenwerkingen met deelnemers aan workshops, via al gerealiseerde samenwerking met amateurgezelschappen, de partners van Het Grootte Hoofd op de Noordkade en uit reacties van inwoners van Veghel is duidelijk geworden dat de ambitie van Het Grootte Hoofd past bij een behoefte, die al lang in het Oost-Brabantse culturele leven besloten ligt.

5. Organisatie, Governance Code Cultuur, partners en financiën: Het Grootte Hoofd heeft een stichtingsbestuur dat bestaat uit Helen de Zwart (voorzitter), Mart Smits (secretaris) en Paul van Antwerpen (penningmeester). Het Grootte Hoofd volgt de Governance Code Cultuur en hanteert - binnen de beschikbare financiële middelen - de Code Fair Practice.

Partners: Het Grootte Hoofd gaat bij haar producties vanuit haar aard, bewust ondernemerschap en productionele intenties nadrukkelijk verbindingen aan. Het Grootte Hoofd heeft in 2013 dan ook bewust de keuze gemaakt te participeren in- en bij te dragen aan de ontwikkeling van CHV Noordkade. Partners op de Noordkade zijn Bouwbedrijf van de Ven, Phoenix Cultuur, Theater de Blauwe Kei, Kunstenaarsinitiatief de Compagnie, theatergroep Het Grootte Hoofd, CHV Noordkade, Festival Fabriek Magnifique en de Proeffabriek. Alle partijen willen op de Noordkade culturele en foodactiviteiten samen tot een succes te maken. Het Grootte Hoofd wordt organisatorisch, qua financieel-, HRM- en pr/marketingwerkzaamheden professioneel ondersteund door de genoemde partners. Structurele partners vindt Het Grootte Hoofd verder via Bouwbedrijf Van de Ven (sponsor) en Purple (licht en geluid). Zij maken de voorstellingen mede mogelijk, door inzet van middelen, materialen en kennis. Tevens wordt er samengewerkt met Fontys Hogeschool voor de Kunsten (Drama en dansopleiding), ROC de Leijgraaf in Meierijstad en ROC Tilburg (opleiding voor Kunst Cultuur en Media en Sound and Vision), Koning Willem I College in 's-Hertogenbosch (afdelingen Marketing en communicatie en medewerker Evenementenorganisatie), de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU) en met het Zuidelijk Toneel. Om op een goede manier (nieuwe) samenwerkingen te bestendigen werkt Het Grootte Hoofd vanuit een loyaliteitsplan.

Financiën: Vanuit een nieuw te maken ondernemersplan en realistische meerjarenbegroting werkt Het Grootte Hoofd aan een gezonde financieringsmix, waarbij publieke en private funding in balans is. Voor de periode 2019-2021 wordt (ondersteund door Geert Overdam, cultuuradviseur) een fondsenstrategie ontwikkeld en uitgevoerd die er toe leiden dat eerstvolgende producties van het Grootte Hoofd projectsubsidies krijgen van de Gemeente Meijerijstad, het Fonds Podiumkunsten en landelijke fondsen zoals VSB Fonds en Fonds 21. (*voor 2019 zijn door enkele fondsen reeds projectsubsidies toegezegd*).

Het Grootte Hoofd maakt in 2019 aanvragen 2021-2024 voor de gemeente Meijerijstad, de Provincie Noord-Brabant en het Fonds Podiumkunsten. Het Grootte Hoofd streeft vanaf 2021 naar een verhouding 50% publieke middelen en 50% private middelen.

Het Grootte Hoofd hoopt vanaf 2021 structureel gesubsidieerd te worden door de Provincie Noord-Brabant en het Fonds Podiumkunsten. De baten van het Grootte Hoofd komen verder uit eigen inkomsten (entreegelden, deelnemersbijdragen, merchandise en crowdfunding), sponsoring en subsidies (particuliere en overheidsfondsen). Per productie worden passende partners en fondsen gezocht. Uitgangspunt van iedere voorstelling is om budgetneutraal te spelen. Een substantieel deel van de inkomsten komt uit kaartverkoop en crowdfunding. Naast de gebruikelijke manieren om publieksinkomsten te verkrijgen, zetten we 'ambassadeurs' in (onder andere amateurs die meespelen en betrokkenen uit het bedrijfsleven).

SWOT en artistieke planning:

STERKTES

- Artistieke plannen opzetten, plannen en uitvoeren.
- Sterk en ervaren artistiek team (artistiek leider en zakelijk leider directeur).
- Goede samenwerking met freelancers (professionele acteurs/productie medewerkers/vrijwilligers/amateurspelers).
- Succesvolle voorstellingen gerealiseerd.
- Samenwerking met partners op de Noordkade en andere organisaties.
- Bestuur en algemene leiding beschikken over uitgebreid regionaal netwerk (cultureel, bedrijfsleven, onderwijs en politiek).

ZWAKTES

- Organisatie is kwetsbaar, veel inzet op basis van niet betaalde tijd.
- Deelname aan provinciale netwerken (cultureel, bedrijfsleven, onderwijs en politiek).
- Marketingstrategie sluit niet goed aan op de producties en is niet inventief en opzienbarend genoeg.
- Financiering is in te grote mate afhankelijkheid van projectsubsidies.
- Het Grootte Hoofd kan té weinig profiteren van de bloeiende bedrijfscultuur in Veghel.
- Het ontbreekt aan een plan en aan tijd voor het aanbrengen van nieuwe inkomsten.

KANSEN

- De Noordkade is volop in ontwikkeling, er is een duidelijk vraag naar en sterke culturele invulling.
- Jaarlijks komt er veel (divers) publiek op de Noordkade.
- Het Grootte Hoofd kan meeliften of het publieksbereik van partners op de Noordkade.
- Het artistieke werk van Het Grootte Hoofd sluit aan bij de "volksaad" van de regio Veghel.
- Er is – blijkt uit vorige producties – publiek dat geïnteresseerd is in de producties van Het Grootte Hoofd

BEDREIGINGEN

- Een bedreiging is het niet verwerven van structurele subsidies 2021-2024.
- Gewenste ontwikkelingen vragen veel van de nog kleine organisatie en worden niet op tijd gerealiseerd.
- Vereiste dagelijkse doorlopende werkzaamheden o.a. op planmatig, artistiek, beleids- en zakelijk niveau moeten nog steeds op vrijwillige basis worden uitgevoerd.

Artistieke Planning 2019/2021:

- 2019 'Zuster Motor', naar een plaatselijke legende, in navolging van de Metoo-discussie
- 2020 'Mamma Oss', naar Mamma Roma van Passolini, een puberjongen redt het niet in de grote stad
- 2021 **Eerste groot gemonteerde locatievoorstelling:** 'Kinderen van de moordweg', een ode aan de fragiliteit en onschuld van kinderen, n.a.v. de ongelimiteerdheid van de provinciale weg, dwars door dorpskernen.

Zie ook de website van Het Grootte Hoofd voor aanvullende informatie: <http://www.hetgroottehoofd.nl/>

Bijlagen:

- **Begroting 2019-2021**
- **Toelichting bij begroting 2019-2021**
- **Geschiedenis van Het Grootte Hoofd, een greep uit eerder werk in te zien op**
https://www.hetgroottehoofd.nl/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=101