

Marlous Willemsen, directeur van Imagine-IC is ziek en Rianne Brouwers, teamleider Kunst, Media en Maatschappij valt voor haar in als workshopleider.

Rianne Brouwers omschrijft het programma Cultuur onderneemt en citeert een passage uit het behoefteonderzoek dat vooraf aan het programma gedaan is:

#### VASTGOEDSCAN, ORGANISATIESCAN, FISCALE SCAN EN BUDDYSYSTEEM

Veel instellingen zijn op zoek naar manieren om hun bedrijfsvoering te verbeteren. Ze zijn daarbij niet zozeer op zoek naar cursussen of workshops maar meer naar een *hands-on* aanpak, bijvoorbeeld in de vorm van een eenmalige doorlichting of scan van (delen van) de bedrijfsvoering, van de organisatie of van de fiscale aspecten van de organisatie. Dit kan resulteren in concrete advisering en begeleiding op allerlei aspecten: gebouwexploitatie, horeca, de inrichting van de organisatie, prijsbeleid, fiscaliteiten (BTW, werking en toepassing van de Geefwet), schenkingen, donaties en sponsoring.

Een aantal malen werd hierbij expliciet een buddysysteem genoemd: de inzet van ondernemers of collega's die binnen de organisatie rondkijken en op het gebied van ondernemerschap adviseren en meehelpen. Een voorbeeld hiervan is de werkwijze van de Utrechtse Ondernemers Academie.

*Aanbeveling: onderzoek of via/door Utrechtse ondernemers en/of samen met de UOA een aanbod kan worden georganiseerd van diverse scans en een buddysysteem. Overweeg hierbij een financiële impuls vanuit de provincie voor de ontwikkeling hiervan en om het aanbod voor de culturele sector betaalbaar te maken.*

De aanwezigen in de workshop zijn culturele instellingen, overheden en zelfstandig adviseurs.

Doel van de workshop is het verkennen van de behoeften ten aanzien van een buddy.

- Wat kun jij bieden?
- Wat heb je nodig?
- Kunnen wij als provincie een rol spelen?

Op zoek naar een samenwerkingspartner? > Hoe kun je ze bereiken?

Er zijn verschillende voorbeelden genoemd zoals van de Bibliotheek Eemland met lokale ondernemers of het Centraal Museum met de Rode Winkel voor een tentoonstelling over Blue jeans of de Beursvloer in Woerden, waarbij Woerdense bedrijven en maatschappelijke instellingen met elkaar in gesprek gaan om te kijken wat ze voor elkaar kunnen betekenen.

Deze voorbeelden hebben geld, een nieuw netwerk en/of leveranciers opgeleverd.

De vraag is hoe kun je deze ad-hoc relaties verduurzamen? Een duurzame relatie is gebaseerd op wederkerigheid, dus weet wat jezelf kunt bieden en wie dan goed bij je past. Ga op zoek naar win-win situaties. Voor bedrijven is maatschappelijk verantwoord ondernemen interessant.

Wat heb je nodig?

- Een buddy die je helpt je bedrijf rendabel te krijgen, die meekijkt naar je bedrijfsvoering

- Iemand die meekijkt naar je marketing en communicatie
- Die inhoudelijk kennis met je deelt
- Een goed bestuur waaruit je bovenstaande kunt halen inclusief hun netwerk.  
(Interessante publicatie: Werft uw bestuur al mee? Van Leenaers Verloop, [www.leenaersverloop.nl](http://www.leenaersverloop.nl))

Een voorbeeld dat genoemd wordt is het Expertprogramma van Cultuur-Ondernemen <http://www.cultuur-ondernemen.nl> waarbij kennis en expertise van het bedrijfsleven wordt ingezet bij culturele organisaties. Dit bestaat nog niet in Utrecht. In Utrecht zijn er wel vergelijkbare initiatieven zoals de Ondernemersacademie (<http://www.uoa.nu>), daarbij helpen bestaande ondernemers, startende ondernemers. Of de Sesamacademie ([www.sesamacademie.nl](http://www.sesamacademie.nl)), waarbij adviseurs van 55 jaar en ouder hun kennis en ervaring inzetten om vrijwilligersorganisaties te ondersteunen op het gebied van bestuurlijke en organisatorische vraagstukken. Landschap Erfgoed Utrecht is actief betrokken bij dit project van het Prins Bernhard Cultuurfonds en de provincie Utrecht.

Het is ook een kwestie van gewoon doen!

Gouden Tip: Durf te vragen Utrecht. Spreek mensen aan op hun expertise en het delen ervan.

Kunnen wij als provincie een rol spelen?

De behoefte van instellingen is niet eenduidig, wel worden partnerschappen als belangrijk ervaren.

Provincie pamper niet, maar prikkel mensen om te ondernemen. Laat goede voorbeelden zien.

Kijk naar wat er al is. Verzamel alle mogelijkheden op gebied van partnerschappen en communiceer deze aan het culturele veld.

Provincie wijs je eigen netwerk op het culturele veld en andersom.

Culturele instellingen, zorg dat je eigen netwerk op orde is, daar ligt het fundament van je partnerschappen.