



BELEIDSPLAN GLOW 2017-2021

INHOUD

1. INLEIDING

- Licht
- Lichtfestival
- GLOW

2. MISSIE EN VISIE

- Toekomstvisie
- Eindhoven

3. DE OMGEVING

- Waar bevinden we ons in de volgende speelvelden?
- Wat zijn onze sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen?

4. DE STRATEGIE - (F.A.C.T.)

- Festival
- Art
- Connect
- Talent

5. HOE GAAN WE DE STRATEGIE REALISEREN

- Door het onderscheid te benoemen!
- Door concreet aan te pakken
- Door een heldere keuze te nemen
- Door een hoge artistieke kwaliteit te realiseren

6. WAT HEBBEN WE NODIG?

- Een strak georganiseerd bedrijf
- Een gezonde financiële basis
- Een jaarlijks projectplan

1. INLEIDING

Licht

Licht raakt de mens tot diep in haar wezen. Gerard Philips kon het niet krachtiger verwoorden toen hij 100 jaar geleden bij het 25-jarige lustrum van Philips in een interview met het Handelsblad zei:

"Licht is leven, licht is blijheid, licht is levendigheid"

Hoewel ogenschijnlijk gedateerd in ons technologische tijdperk, waarin datacombinaties lichtbronnen aansturen en tot leven brengen, is deze triptiek onwaarschijnlijk krachtig in zijn eenvoud en betekenis. Een helder kwalitatief motto voor een hedendaags lichtfestival.

Lichtfestival

Het afgelopen decennium kent de lichtkunst in stedelijke festivals een enorme vlucht. "Lightart" festivals van verschillende grootten en kwaliteit schieten als paddenstoelen uit de grond. We laten de pioniersfase voor goed achter ons. Veelal gestart vanuit city-marketing voltrekt zich op dit moment, voornamelijk bij de oudere festivals (o.a. Lyon en Eindhoven) een herprofilering.

Lichtkunst voor festivals meet zich een eigen identiteit aan en maakt zich los van museale lichtkunst en lichtkunst in de publieke ruimte. De getoonde lichtkunstopjecten afzonderlijk, maar ook het festival als geheel wordt professioneel.

GLOW

GLOW kent als lichtfestival een unieke onderscheidende basis die besloten ligt in het DNA van Eindhoven.

- Een lichtindustrie die verankerd ligt in haar eigen geschiedenis
- Het "TDK", aanwezig binnen al haar segmenten (bedrijfsleven, onderwijs en overheid)
- Een warm hart voor het festival vanuit alle lagen van de bevolking, bedrijfsleven en overheid.

GLOW vond voor het eerst plaats in 2006 en bereikte toen 30.000 bezoekers. De tiende editie vond plaats in 2015 en trok 730.000 bezoekers. GLOW is inmiddels als merk ver buiten de landsgrenzen bekend en het jaarlijkse onderzoek onder haar expats, laat ASML zien dat het festival als het jaarlijkse culturele hoogtepunt wordt ervaren.

2. MISSIE EN VISIE

Het mission statement van GLOW voor de komende jaren is kort en krachtig:

"Eindhoven maakt het verschil in lichtkunst"

Dit op het oog eenvoudige statement is waarlijk geen eenvoudige opgave. Lichtfestivals zijn niet meer uniek en jaarlijks komen er tientallen bij. Daarbij wordt het door de democratisering van techniek moeilijker onderscheidend te zijn in het aanbod. Qua beleving en inhoudelijke kwaliteit dreigt voor lichtfestivals een inflatie. (Zo was 'mapping' een aantal jaren geleden als techniek 'alleen' nog verrassend en tot de verbeelding sprekend, maar kan tegenwoordig niet meer zonder verdergaande artistieke onderbouwing).

Toekomstvisie

GLOW wil de betekenis van lichtfestival op een nieuw niveau brengen, door een intelligente mix te maken tussen de sociale functie van licht versus de voortdurende technische innovatie, de functionele en de autonome schoonheid van lichtkunstwerken. Dit alles vanuit de sterke verankering van licht in de geschiedenis van Eindhoven. GLOW onderscheidt op basis hiervan 4 programmalijnen.

LICHT in de maatschappij

Wat betekent licht voor mensen, hoe werkt het, wat doet het met mensen, hoe zien en ervaren we kleuren. Welke (sociale) functie heeft licht in de samenleving? Ook in overdrachtelijke zin kent licht maatschappelijk ver gaande en veelal uiteenlopende betekenissen. Zo: zien we het licht en gaat het licht op het eind uit.

LICHT in techniek en innovatie

Licht in zijn huidige beheersbare vorm is een verzamelketen van technisch vernuft. Het is een voortdurende **bron van verdere innovatieve stappen**. Het is een zichtbare schakel in hoogst actuele energie ketens. Daarnaast staan we aan de vooravond van de beheersbaarheid van steeds kleinere deeltjes die we afzonderlijk en als geheel kunnen gaan aansturen. De armatuurloze lamp lijkt een reëel toekomstbeeld.

LICHT in vormgeving

Licht is binnen de architectuur en het publieke domein. Naast haar primaire functionaliteit iets niet donker te laten zijn, bij uitstek **een uiting van schoonheid**. Door de voortschrijdende techniek en zeker met de komst van de LED en haar veelzijdige besturingssystemen neemt de diversiteit en daarmee de verfijning in de esthetische uitingen toe.

LICHT in kunst

Licht is van oudsher een **wezenlijk onderdeel van de kunsten**. Theater, literatuur en niet in de laatste plaats de schilderkunst. In de moderne tijd ontstond de fotografie en de cinematografie. En door de voortschrijdende techniek kreeg lichtkunst meer en meer betekenis. Doordat licht zo diep grijpt in het wezen van de mens, heeft de lichtkunst een unieke component die meteen het publiek toegang geeft tot de diepere lagen van een kunstwerk.

Eindhoven

GLOW heeft ingebed in het DNA van Eindhoven, de juiste kernkwaliteiten om succesvol langs deze 4 programma lijnen de toekomst in te gaan.

- GLOW kan rekenen op een breed draagvlak bij de inwoners en de triple helix.
- GLOW vindt plaats in de design - en technologische topregio van Europa.
- GLOW maakt deel uit van Eindhoven als smartsociety waarin Hightech, design, kennis en sociale innovatie samengaan.
- GLOW bezit een grote artistieke en organisatorische expertise. De enorme bezoekersstromen vormen enerzijds het succes van GLOW maar hebben ook beperkingen. De focus en ambitie van GLOW in de periode 2017-2021 is gericht op een inhoudelijke en kwalitatieve verdiepingsslag. Tijd, menskracht en budget worden primair ingezet op verdere verbetering en verdieping van de inhoudelijke kwaliteit. Waarbij het de kunst is om het hierboven genoemde draagvlak te handhaven.

Deze kernkwaliteiten vormen de basis voor een toekomstig GLOW dat:

- Uitgroeit tot het meest onderscheidende lichtfestival ter wereld en lokaal, regionaal, nationaal en internationaal een vaste aantrekkingskracht uitoefent op publiek, bedrijven, studenten, bright talents en overheden.
- Initieert en participeert in GLOWlabs en hiermee bijdraagt aan innovatie en een levendige community.
- Lichtkunst-initiatieven vanuit de samenleving verbindt aan technologische en artistieke kwaliteit en deze presenteert in het jaarlijkse lichtfestival.
- Internationaliseert met GLOW NEXT en lichtkunstprojecten gemaakt in Eindhoven, die globaal toon - en maatgevend zijn.
- Opereert vanuit een gezond cultureel ondernemerschap.

3. DE OMGEVING

Waar bevinden we ons in de volgende speelvelden?

- Macro: internationaal groeit het aantal lichtfestivals snel. Er bestaat een beperkt aanbod waardoor veel festivals min of meer dezelfde projecten laten zien. Veel lichtfestivals zijn in eerste instantie hoofdzakelijk een vorm van citymarketing instrumenten en zoeken naarstig naar wegen om de komende jaren de noodzakelijke artistieke verdiepingsslag te maken.
- Meso: Op Europees niveau is GLOW inmiddels een speler in de top 5 van lichtfestivals. Op nationaal niveau heeft GLOW buiten het Amsterdam Lightfestival weinig concurrentie. Werkplaatsen om in een goed gefaciliteerde omgeving artistiek en technologisch interessante lichtinstallaties te ontwerpen, realiseren en tonen zijn er niet of nauwelijks.
- Micro: De biotoop voor een gezonde ontwikkeling van technologie en design kan nauwelijks beter zijn dan in de Brainport Regio Zuid Oost Nederland. Niet voor niets verkreeg dit gebied – met Eindhoven als innovatief centrum - in 2011 de titel *Slimste Regio ter Wereld*.

Wat zijn onze sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen? (SWOT analyse)

Sterkte van GLOW

- Groot publieksbereik regionaal, nationaal en (groeierend) internationaal
- Grote bekendheid en draagvlak in de bredere regio
- Stevige speler in het Europese speelveld van lichtfestivals
- Onbetwiste verankering met de geschiedenis en nalatenschap van Eindhoven als lichtstad van Nederland
- Sterke verbinding van met technologie, design en kennis in Eindhoven
- Gemeente Eindhoven sinds 2005 vertegenwoordigd in het bestuur van LUCI en vanaf 2014 middels device president, met uitzicht op het presidentschap van 2017-2019.

Zwakte van GLOW

- Organisatie op projectniveau en niet gebaseerd op een jaarlijkse structuur
- Sterk afhankelijk van subsidies en sponsorbijdragen en weinig financiële verdien capaciteit met de activiteiten die ontwikkeld worden.

Kansen voor GLOW

- GLOW als aanjager: ontwikkeling van een krachtige light-community in de regio.
- GLOW als podium: voor bright talents op het gebied van licht, technologie en design die geïnteresseerd zijn in kennisnetwerken, productiefaciliteiten en budget om hun dromen te realiseren.
- GLOW als aanjager, facilitator, verbinder, inspirator en coproducteur van innovatieve lichtprojecten in de Brainport-regio. Bright talents worden verbonden met instellingen en bedrijven.
- GLOW als podium voor kunst- design- en technologie opleidingen die op zoek zijn naar podia waar de resultaten en de waarde van hun werk getoond kan worden aan een groot publiek. GLOW als podium voor TU/e – Fontys – Avans - St Lucas - St.Joost.
- GLOW als aanjager van kennisdeling – in Open Labs - en een playground waar resultaten van research & development op een speelse manier aan een groot publiek getoond kunnen worden. Belangrijk voor zowel bedrijven zowel als onderwijsinstellingen.

- GLOW als opdrachtgever van gerenommeerde lichtkunstenaars door opdrachtverlening i.h.k.v. gewenste thema's waarvoor derden (een deel van) de financiering willen dragen. Denk aan overheden, fondsen en bedrijven.
- GLOW sterk internationaal opererend door haar nauwe contacten met ILO.

Bedreigingen voor GLOW

- Financieel instabiele basis.
- Sterk groeiende concurrentie nationaal en internationaal omdat steeds meer steden de wervende kracht van een lichtfestival herkennen.

4. DE STRATEGIE

Op basis van de bovenstaande SWOT analyse ontstaat de keuze voor de volgende 4 strategische velden (**F.A.C.T.**).

FESTIVAL.

Wij gaan vol aandacht geven aan de doorontwikkeling van de volgende 10 jaar GLOW. Dat willen wij gaan doen door diversificatie van het aanbod (Festival, Spektakel, GLOW-NEXT) met behoud van artistieke relevantie. Dit om enerzijds meer lokale economische spin off te generen, anderzijds bezoeker stromen uit elkaar te trekken en tenslotte meer marketing power te veroorzaken waardoor de andere strategische lijnen betere gevoed kunnen worden.

ART

Het huidige succes van GLOW is altijd gedreven door inhoudelijke en artistieke visie. GLOW verbindt reeds technologie en design, maar wij gaan dat intensiveren met behulp van internationaal georiënteerd bedrijfsleven en (TU/e) start ups. Dat gaan wij doen door nieuwe artistieke top installaties te ontwikkelen rondom technologie van gecommitteerd bedrijfsleven. Na première introductie van de installaties op GLOW vermarkten wij de installaties naar andere internationale licht festivals waarmee wij direct de branding van GLOW, Eindhoven en de deelnemende bedrijven versterken

CONNECT.

Licht is al 125 jaar verbonden met Eindhoven en de gloeilamp staat inmiddels synoniem voor Innovatie. Het komende lustrum gaan wij GLOW draaien van 'voor' Eindhoven naar 'door' Eindhoven. Daarmee willen wij inwoners en bezoekers participierend onderdeel laten zijn van het festival, om met ons installaties te bouwen die als prototype kunnen fungeren voor toekomstige relevante innovaties met maatschappelijke impact.

TALENT.

Als één van de belangrijkste Eindhovense technology & design festivals gaan wij de voor de stad kenmerkende wijze van samenwerken maximaal uitdragen. Dat doen wij via een internationaal artists in residence programme, waar wij Bright Talents vanuit de hele wereld uitnodigen om voor 3 maanden met ons mee te bouwen aan vernieuwende GLOW installaties. Daarmee bouwen wij een netwerk wat concreet gaat bijdragen aan en internationale branding van de stad.

5. HOE GAAN WE DE STRATEGIE REALISEREN

"Hoe maakt Eindhoven het verschil in lichtkunst?"

Door het onderscheid te benoemen!

Wij **onderscheiden** ons positief ten opzichte van veel andere steden. Eindhoven is een natuurlijke biotoop van technologie, design en kennis. In de stad en directe omgeving werken duizenden mensen op hoofdkantoren, laboratoria, designafdelingen en productiebedrijven in de technologische- en creatieve sector. Daarvan behoren er velen tot de absolute wereldtop. Op de High Tech Campus en Strijp-S werken duizenden creatieve talenten die een enorme kennis en creativiteit vertegenwoordigen op het gebied van (licht) technologie en design. Nog eens duizenden (jonge) potentiële talenten op het vlak van (licht) technologie, design en de kunsten worden in Noord Brabant opgeleid op de Technische Universiteit Eindhoven (TU/e), Fontys, Avans, St Joost, St Lucas en de Design Academy.

Door concreet aan te pakken

- Talenten brengen we maandelijks bijeen in GLOWlabs waar mensen geïnspireerd worden, ideeën wordenuitgewisseld, mensen met elkaar worden verbonden en de beste ideeën productierijp worden gemaakt.
- We bouwen door de jaren heen een database op van talentvolle kunstenaars wereldwijd.
- We ondersteunen bright talents en/of laten ze coachen door ervaren lichtkunstenaars en ontwerpers (GLOW Academy).
- We verbinden onderwijsinstellingen/ bedrijven/kunstenaars met elkaar in concrete projecten.
- We faciliteren de bouw en ontwikkeling van lichtinstallaties o.a. door het fysiek beschikbaar stellen van werkruimten en verblijfplaatsen en het verbinden van talent met de kennis en faciliteiten van bedrijven.
- We zetten met internationale partners en organisaties (o.a. **L.U.C.I.**, **I.L.O.**) een meeting & conventie programma op.

Door een heldere keuze te nemen

De enorme bezoekersstromen vormen enerzijds het succes van GLOW maar hebben ook beperkingen. De focus en ambitie van GLOW in de periode 2017-2021 is gericht op een inhoudelijke en kwalitatieve verdiepingsslag. Tijd, menskracht en budget wordt primair ingezet op verdere verbetering en verdieping van de inhoudelijke kwaliteit en minder op het aantrekken van (nog) meer publiek.

"De gekozen missie leidt ertoe dat de keuze qua doelgroep niet langer enkel gericht is op het publiek dat éénmaal per jaar het festival bezoekt".

De keuze qua doelgroep:

- Is gericht op talentvolle kunstenaars, designers en technical engineers met een liefde voor licht. Regionaal, nationaal en internationaal. Met hen bouwen en onderhouden we een levende regionale en (inter)nationale light-community.
- Is gericht op mensen, die de kennis en de technologie hebben die noodzakelijk is om innovatieve lichtinstallaties daadwerkelijk te kunnen realiseren en werkzaam zijn in bedrijven en opleidingsinstituten.
- Is gericht op overheden en fondsen waarvan de doelstellingen passen bij de doelstellingen van GLOW en het daardoor mogelijk maken onze ambitie te realiseren.
- Is gericht op publiek dat ongeacht sociale status en opleidingsniveau instaat is om lichtkunst op haar ware intrinsieke schoonheid te kunnen waarderen.

Hetgeen resulteert in een scherpe focus op de volgende maatschappelijke terreinen (zie schema):

Overheden en fondsen

GLOW kan vanwege haar grote publieksbereik een aantrekkelijk podium zijn voor de realisatie van bepaalde doelstellingen van overheden en fondsen. Het opdrachten-beleid van GLOW zal daarom ook een stevige relatie leggen met de cofinanciering door overheden. Thema-jaren, zoals focus op Van Gogh 2015, Jeroen Bosch 2016 of World Design Forum 2017, of specifieke beleidsdoelstellingen zoals cultuureducatie, publieksbereik of talentontwikkeling bieden mogelijkheden om internationaal aansprekende lichtinstallaties te (laten) maken waarmee de ambities van een bepaalde thematisering of doelstelling een kwalitatieve- en internationaal aantrekkelijke dimensie krijgt.

Bedrijven

De maatschappelijke ontwikkeling die ertoe leidt dat sponsorships meer en meer worden omgezet in partnerships, vraagt om een doorlopende investering in de relatie met licht-technologische bedrijven in de Brainport-regio. Om succesvol relatiebeheer te kunnen toepassen is kennis vereist van hun business, hun pains & gains en hun bedrijfscultuur. Bovendien zal (per bedrijf) een gefundeerde visie nodig zijn op de wijze waarop de samenwerking met GLOW het bedrijf ten goede komt. Met name moet de link gezocht worden tussen talentvolle kunstenaars / engineers en specifieke bedrijven die bereid zijn kennis, faciliteiten en budget te investeren in concrete projecten.

Onderwijs

Een global network van opleidingen voor kunst en industrial design (regionaal en inter-nationaal) wordt vanaf 2017 ontwikkeld en onderhouden. Bright Talents worden gestimuleerd in te schrijven op de open-call for projects Met de natuurlijke de luxe uitgangspositie van een aantal gerenommeerde instituten als TU/e, Design Academy, St Lucas en Fontys binnen handbereik.

Samenleving

GLOW doet meer en meer beroep op verschillende partijen vanuit de samenleving. Zaak is het om het gewenste artistieke niveau te blijven waarborgen en hierin kan GLOW door koppeling van kunstenaars en bedrijven aan initiatieven uit de samenleving een bepalende rol spelen Aan de andere kant is het van belang om "disruptive" elementen een plek te geven. Dit geeft dynamiek en voorkomt sleetsheid. GLOW zal o.a. aanhaken met de "Roadmap Urban Lighting"

Kunstenaars

Jaarlijks wordt in de wereldmarkt van lichtinstallaties gescout De lichtinstallaties die het beste passen in de eerder (4.4) genoemde GLOW criteria worden in november geprogrammeerd in het festival als inspirerend voorbeeld. Een actief opdrachtenbeleid maakt het mogelijk kunstenaars en lichtarchitecten van internationale faam bij GLOW te betrekken en een actieve rol te laten spelen als ontwerper, coach en inspirator.

Om binnen dit veld van verschillende spelers optimaal te kunnen opereren onderhoudt GLOW een goede relatie met de **Gemeente Eindhoven**. Zij is meer dan slechts gastvrouw van GLOW. Het is de geschiedenis die hier geschreven is en de daaruit voortgekomen aanhoudende doorontwikkeling van de stad als innovatieve Brainport, die de perfecte humuslaag vormt waarop het lichtfestival zich heeft kunnen ontwikkelen tot wat het nu is, en verder. Geen andere stad in Nederland, wellicht zelfs geen enkele andere stad bezit deze unieke set van eigenschappen die een lichtfestival echt onderscheidend kan maken. Dit alles komt samen in de Gemeente Eindhoven die om deze reden een constante waarde voor, en vaste partner van Stichting GLOW is.

Internationaal verstevigt GLOW zich door nauwe banden aan te gaan met het in Eindhoven gevestigde **I.L.O** (International Light Organisation). Een onafhankelijke internationale vak organisatie voor en door lichtfestivals. Opgericht om te voorzien in de groeiende internationale vraag naar advies en invulling van lichtfestivals. Daarnaast biedt het aan de organisaties ook een scala aan mogelijkheden om onderling lichtprojecten uit te wisselen en gezamenlijk in te kopen. In de GLOW editie van 2016 is gezamenlijk met 3 andere festivals een Amerikaans project aangekocht, hetgeen een aanzienlijke kostenbesparing betekent

GLOW participeert in **GLOWlabs**. Zij staan aan de basis van een te lanceren brede 'Light-community'. Op dit moment loopt vanuit GLOW een pilot en worden ter verdere ontwikkeling oriënterende gesprekken gevoerd met de gemeente Eindhoven, bedrijven, onderwijsinstellingen en diverse maatschappelijke organisaties. GLOWlabs kunnen in de toekomst een belangrijke rol spelen bij het aanbrengen van nieuwe technieken die op hun beurt weer leiden tot unieke lichtprojecten.

In het jaarlijkse GLOW festival worden de volgende kernonderdelen onderscheiden:

GLOW

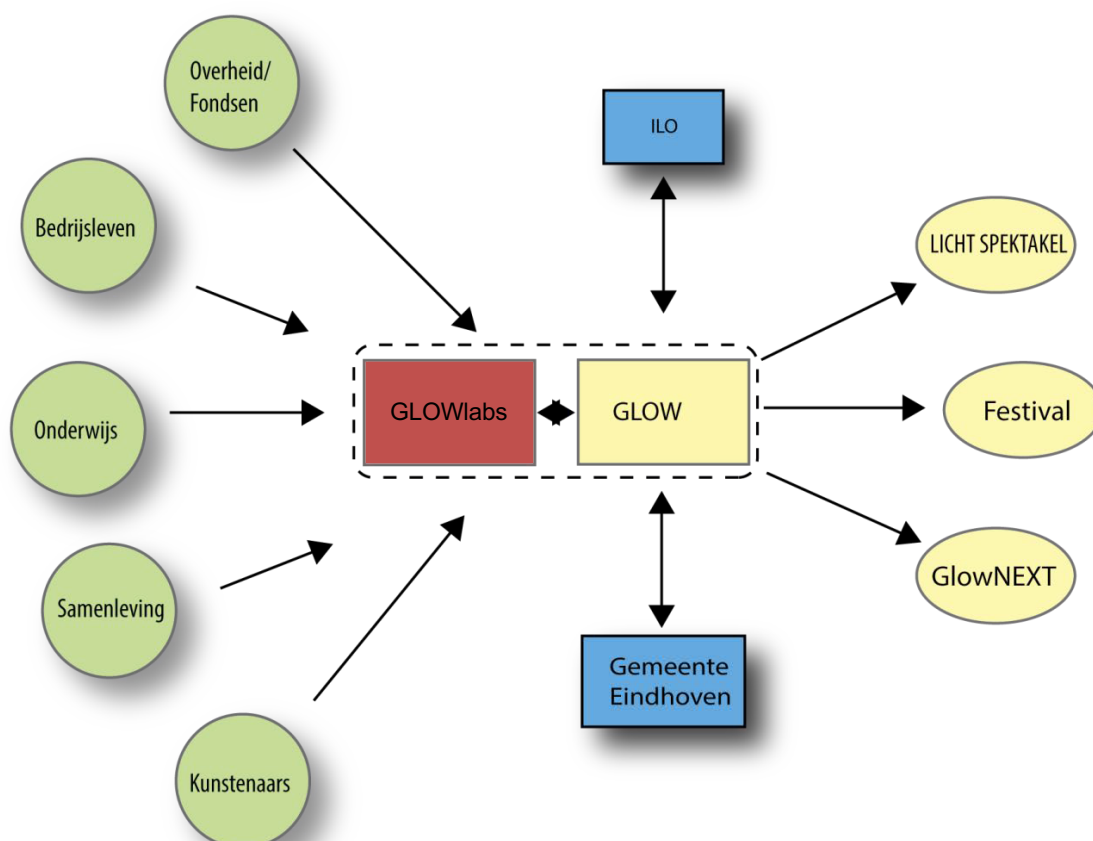
Het belangrijkste doel van Stichting GLOW is de realisatie van het jaarlijkse lichtfestival GLOW in de binnenstad van Eindhoven met:

GLOW NEXT

GLOW NEXT, wat tot nu toe enkel alleen op Strijp-S plaatsvond, is in de komende editie verplaatst naar het TU terrein. NEXT is binnen GLOW een belangrijke factor in de continue zoektocht naar nieuwe vormen en technieken. De komende jaren zal GLOW NEXT op verschillende plekken binnen Eindhoven resideren. Hiermee ontstaat al door de geografische verscheidenheid een extra laag, wat het innovatieve karakter van NEXT vergroot. Daarbij biedt het de mogelijkheid om verschillende groepen binnen Eindhoven met elkaar te verbinden. Als landmark is GLOW NEXT naast haar jaarlijkse aanwezigheid in het GLOW lichtfestival uitstekend buiten Eindhoven inzetbaar. Hetgeen naast de exposure van het merk Eindhoven ook wezenlijke inkomsten kan genereren.

Licht Spektakel

Uit analyse van de GLOW editie 2015 bleek dat kleinschalige betaalprojecten verspreid over de route weinig zoden aan de dijk zetten; het vergt relatief te veel investering qua tijd. Vanuit dit oogpunt initieert stichting GLOW tijdens editie 2017-2019 een grootschalig lichtspektakel in het PSV stadion. Een qua inhoud laagdrempelige show met als uitdaging om ieder jaar een technologische noviteit in première te laten gaan.



Door een hoge artistieke kwaliteit te realiseren

Wij zetten daarbij in:

- op een vijftal projecten met een grote magie & verwonderingsfactor.
- op hoogwaardig en authentiek boven veel.
- op nooit eerder gedaan- innovatief dan op meer van hetzelfde.
- op projecten die een nieuw of geheel ander of nieuw perspectief bieden en daarom verrassen, verwonderen, beroeren of discussie oproepen.
- op projecten met werkelijke inhoud en maatschappelijke relevantie boven decoratief of illustratief.
- op een gevarieerd programma op basis van de 4 programmalijnen (zie 2.Missie en Visie).
- op projecten met internationale potentie.
- op een jaarlijkse verbindende thematiek (zie themasheet in de bijlage).
- op niet door tijd gelimiteerde open-call for projectso.

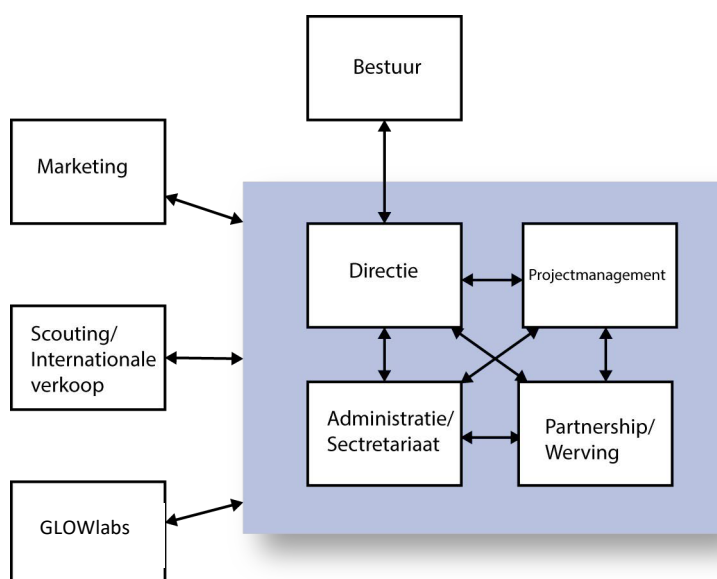
Hierdoor:

- wint de programmering jaarlijks aan kwaliteit.
- is GLOW een succesvolle motor voor talentontwikkeling.
- wordt het profiel van Eindhoven als centrum van innovatieve ontwikkeling van techniek, design, kunst en cultuur (**TDK + C**).
- ontstaan nieuwe verdienmodellen omdat investeringen in projecten geheel of gedeeltelijk kunnen worden terugverdiend door internationale distributie en /of internationale coproductie.

6.WAT HEBBEN WE NODIG?

Een strak georganiseerd bedrijf

Wat we nodig hebben om de visie, het programma en ambities te kunnen verwezenlijken is gedurende het gehele jaar minimaal een kernteam met een platte organisatie structuur waarmee de transformatie van een periodieke projectorganisatie naar een jaarlijkse organisatie kan worden gerealiseerd. De organisatie is weergegeven in hetvolgende organogram.



Bestuur (Raad van Toezicht)

De leden van de raad van toezicht hebben recht op een niet-bovenmatig vacatiegeld. Zij hebben tevens recht op een vergoeding van de door hen in uitoefening van hun functie redelijkerwijs gemaakte kosten.

Naast de vaste kern huurt stichting GLOW (periodiek) experts in:

Reflectie en advies lichtkunst

Daarnaast, om het hoge niveau van GLOW te kunnen garanderen, zal de artistieke staf zich periodiek laten reflecteren en adviseren door een gerenommeerd lichtkunstenaar. Dit zal uitsluitend een adviserende functie zijn, voor de uiteindelijke keuzes blijft de artistieke staf met daarin de artistieke directeur bepalend.

Strategisch advies en support directie

Voor de lopende transitie en voor organisatie specifieke strategieën en advies wordt beroep gedaan op de vorige directeur Eric Borselie.

Een gezonde financiële basis

De kosten van deze GLOW organisatie bestaan uit personeelskosten 365K, bureaunkosten 50K en huisvestingskosten 10K. Samen vormen deze kosten ca. 30% van de totale jaarbegroting, waarvan dus 70% beschikbaar moet zijn voor de dekking van activiteit en kosten. GLOW ontving in 2015/2016 een werkingsbijdrage van EHV365, van de gemeente Eindhoven, de provincie Noord Brabant via bkbc, Van Gogh Brabant, Prins Bernhard Cultuurfonds, Fonds 21, SRE/REAP en Creative Europe. Veel van die subsidies hebben een beperkte looptijd en moeten per jaar of twee jaar opnieuw met nieuwe voorstellen verworven worden of richten zich op eengroter financiële inverdienvermogen en onafhankelijkheid van de ontvangende partij en kunnen daarom niet opnieuw aangevraagd worden. GLOW is een stevig partner van Philips, DELA en ASML, en ontvangt sponsorbijdragen en bijdragen in natura (barters) van veel verschillende bedrijven en onderwijsinstellingen.

GLOW vergroot ieder jaar haar inverdienvermogen door middel van, diverse merchandise, horeca, projecten uit partnerschappen, verwerving van bemiddelings- en distributierechten en volledig of co-eigenaarschap van nieuw ontwikkelde projecten.

Een rode draad in de laatste jaren is de zoektocht naar wegen om het grote aantal bezoekerstenminste € 1 pp te laten betalen: crowd-funding avant la lettre.

Dat is vooralsnog een serieuze uitdaging: omdat de stad niet kan worden afgesloten, en lichtprojecten van verre zichtbaar zijn. Uit eerder experimenten is gebleken dat mensen in een groepswandeling niet erg bereid zijn de portemonnee te trekken.

Echter gezien het karakter van GLOW waarbij het verbindend beroep doet op de potentie van de stad in al haar geledingen, **De stad maakt GLOW**, kan men zich afvragen of het heffen van entree in de festivalroute en op GLOW NEXT wenselijk is. Waarbij aan de nadere kant de vraag rijst of GLOW dan wel betaalbaar blijft!

De komende jaren zet GLOW in op 2 verdien modellen.

- Groot laagdrempelig lichtspektakel in het PSV stadion. Los van de route met een bescheiden entree, maar grootschalige landelijke marketing campagne.
- Verkoop en verhuur van expertise op de nationale en internationale markt van lichtfestivals.

Daarnaast bouwt het om nog enige mate van speelruimte te hebben in het veelzijdige veld van een lichtkunstfestival een eigenvermogen op. Om zo in de toekomst ook met enig 'risico' te kunnen blijven acteren in het alsmaar voller wordende toneel van de lichtfestivals wordt er gestreefd naar een weerstandsvermogen van 350K. Hetgeen noodzakelijk is om lichtkunst te maken in Eindhoven die het verschil maakt.

Een jaarlijks projectplan

Dit beleidsplan geeft een overkoepelende weergave van de strategische lijn die we de komende jaren gaan inzetten. Daarnaast dient voor elke editie een actueel projectplan geschreven te worden, met specifieke aanvullingen voor de desbetreffende editie.