Lindenberg
- cultuurhuis -

strategische beleidsvisie
2020 – 2024

inhoudsopgave

- **WOORD VOORAF** 3
- **VISIE, MISSIE, KERNWAARDEN EN UITGANGSPUNTEN** 4
- **DOELEN – DIVERS, VERBINDEND, ONDERSCHEIDEND, UITDAGEND EN PROFESSIONEEL** 5
  - EEN GROOT EN DIVERS BEREIK 5
  - VERBINDENDE SCHAKEL 5
  - ONDERSCHEIDEND AANBOD 5
  - UITDAGEND AANBOD 5
  - PROFESSIONELE ORGANISATIE 5
- **VERANDEROPGAVEN – VAN INTERN GERICHT NAAR EXTERN EN FLEXIBEL** 6
  - DOORONTWIKKELEN ALS NETWERKORGANISATIE 6
  - VERSTERKEN VAN HET ONDERDEEL CULTUUREDUCATIE 8
    - LINDENBERG OP SCHOOL 8
    - AMATEURKUNST 8
    - PROGRAMMERING 9
  - REALISEREN VAN EEN GEBOUW DAT AANTREKKINGSKRACHT HEEFT 10
  - DE SLAGVAARDIGHEID VAN DE ORGANISATIE VERGROTEN 10
  - EEN NIEUWE MARKETINGSTRATEGIE 11
- **FINANCIËN** 13
- **TOT SLOT** 15

woord vooraf

In vele steden in Nederland zijn de afgelopen jaren culturele instellingen als de Lindenberg omgevallen en weggevallen. De roep om de wegbezuinigde instellingen - en in ieder geval hun functies - weer terug te brengen wordt echter luider en groter nu het belang, en daarmee de maatschappelijke impact van cultuureducatie, prominent op de agenda's van overheden, wetenschappers en koplopers is komen te staan.

De stad Nijmegen heeft het geluk dat zij haar cultuureducatieve instelling heeft behouden. Het is nu aan ons om de juiste keuzes voor de toekomst te maken, zodat we de bijna 50 jaar oude organisatie een verjongingskuur geven die haar gereed maakt voor de volgende 50 jaar. Met deze strategische beleidsvisie beogen we de continuïteit van de organisatie zeker te stellen en ook de (gemeentelijke) opdracht te borgen die de organisatie krijgt en waar zij zich verantwoordelijk voor voelt.

In deze visie geven wij aan hoe wij in de komende vijf jaar de Lindenberg veranderen van een intern gerichte, hiërarchische en verzuilde organisatie naar een platte, flexibele, extern gerichte netwerk-organisatie die dienstbaar is aan de hele stad. Van een organisatie met een focus op de breedte ("het huis waar alles kan") naar een focus op cultuureducatie ("het cultuurhuis").

De Raad van Toezicht gaf de opdracht om de nieuwe visie te formuleren. Ook in de organisatie werd de urgentie gevoeld om samen opnieuw te formuleren wat de focus moet zijn, welke koers moet worden gevolgd en welke ambities we met elkaar nastreven.

Onze nieuwe visie sluit aan bij de onlangs vastgestelde cultuurvisie 2020 van de gemeente getiteld: Groei. De visie van de Lindenberg sluit ook aan bij de landelijke ontwikkelingen en trends. De visie is ontwikkeld vanuit de overtuiging dat wat de Lindenberg in opdracht van de gemeente, en vanuit haar eigen wezen, betekent voor de stad, leidt tot een hoger welzijnsniveau voor de inwoners van de stad (en haar omgeving).

We willen als Lindenberg tot in de haarvaten van onze stad van betekenis zijn.

In dit document formuleren we onze ambitie en de veranderopgaven die daarmee gepaard gaan. We zijn er trots op dat we met elkaar deze visie hebben geformuleerd en bij deze aan je voor mogen leggen. Wij gaan er vast mee aan de slag, en we doen je graag - nu en morgen - de uitnodiging om jouw belang aan ons voor te leggen opdat wij in gezamenlijkheid mogen werken aan een mooie stad.

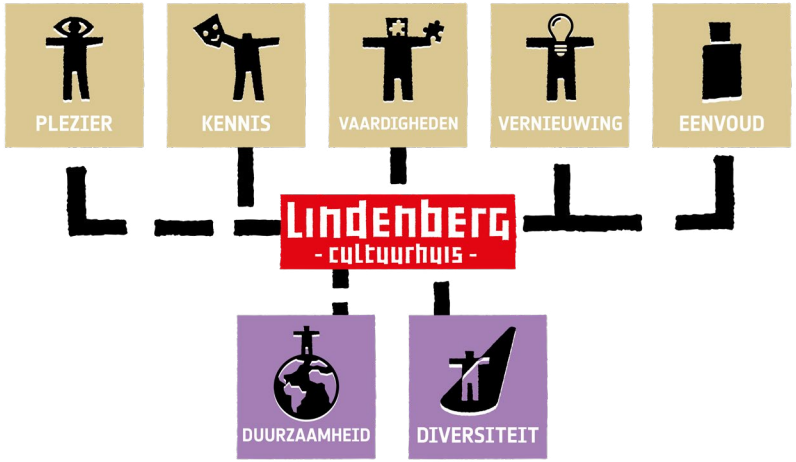
Teddy Vrijmoet
directeur–bestuurder
Lindenberg Cultuurhuis

VISIE, MISSIE, KERNWAARDEN EN UITGANGSPUNTEN

VISIE
We zien een complexe wereld die door haar dynamiek veel uitdagingen maar ook onbekendheden kent. Nieuwe competenties zijn nodig om te kunnen bewegen door en verbinden aan deze nieuwe werkelijkheid. Wat wij geloven - en gelukkig velen met ons - is dat kunst en cultuur bijdragen aan het ontwikkelen van deze vaardigheden. Kunst en cultuur is namelijk een onlosmakelijk onderdeel van de persoonlijke ontwikkeling van mensen en deze persoonlijke ontwikkeling maakt dat je je kunt verbinden en kan deelnemen aan de maatschappij.

Het is wetenschappelijk bewezen dat kunst en cultuur een stimulerend effect hebben op ons denkvermogen, onze weerbaarheid, vindingrijkheid en onze empathie. Bij de Lindenberg leer je ontdekken, ervaren en zelf toepassen van kunst en cultuur. Het gaat over sterker worden, mee kunnen doen en jezelf leren kennen. Bij ons betekent (talent)ontwikkeling boven jezelf uitstijgen, inspireren, leren en creëren. In ons Cultuurhuis kan iedereen een eigen plek vinden, nieuwe gezichtspunten opdoen, of gewoonweg genieten van een prachtige hobby. Zo biedt de Lindenberg kunst en cultuurdeductie in de stad Nijmegen.

MISSIE
We bieden iedereen **persoonlijke ontwikkeling en maatschappelijke verbinding** door kunst en cultuur.



KERNWAARDEN EN UITGANGSPUNTEN
In ons werk toetsen, denken en handelen we overeenkomstig een vijftal kernwaarden. We zijn:

1. gericht op (het beleven van) plezier
2. gericht op (het vergroten van) kennis
3. gericht op (het bijbrengen van) vaardigheden
4. gericht op (het realiseren van) vernieuwing
5. gericht op (het bewaren van) de eenvoud

Naast de vijf kernwaarden hanteren we twee kernuitgangspunten voor ons morele kompas. We borgen dat wij duurzaam en divers zijn. We zetten duurzaamheid en diversiteit centraal in ons contact met bezoekers, leerlingen, cursisten, leveranciers, stakeholders en samenwerkende partijen.

DOELEN: DIVERS, VERBINDEND, ONDERSCHEIDEND, UITDAGEND EN PROFESSIONEEL

Wij realiseren onze missie door ons te richten op een vijftal operationele doelen. Al onze afwegingen en besluiten toetsen we hieraan. Hier geldt dat hoe vaker een activiteit "tikt" op één van de doelen, hoe sterker de activiteit is.

1. EEN GROOT EN DIVERS BEREIK
Iedereen moet de kans krijgen en de wetenschap hebben dat je kunt kiezen voor kunst en cultuureducatie. Ieder kind, iedere jongere en iedere volwassene moet weten dat je net zo makkelijk kan kiezen voor cultuur als voor sport. Muziekles moet net zo toegankelijk zijn als voetbal, het moet zowel top of mind (grote naamsbekendheid en uitnodigend) als laagdrempelig zijn (bereikbaar en betaalbaar). Dat realiseren we met een hoofdlocatie waar alles samenkomt, maar ook met een netwerk van tal van bestaande en herkenbare punten in de wijken

2. VERBINDENDE SCHAKEL
Om de impact van kunst en cultuur te vergroten, willen we in vele opzichten de verbindende schakel zijn: tussen leerlingen en docenten, tussen scholen en culturele organisaties, tussen amateurs en professionals, tussen initiatiefnemers en ondersteuners, tussen vaste krachten en zzp-ers, tussen vraag en aanbod. Wij zijn bij uitstek in de positie om deze verbindingen tot stand te brengen door te werken in verschillende contexten en in samenwerking met diverse domeinen, zoals ook het bedrijfsleven en zorginstellingen. Over de hele linie werken we vanuit de kracht van kennisdeling: we delen wat we weten, en we leren en maken gebruik van de kennis van onze samenwerkingspartners.

3. ONDERSCHEIDEND AANBOD
We gaan voor authenticiteit en herkenbaarheid. Daarbij zoeken we de randen op, we zijn innovatief en voeren daar ook het gesprek over. We bieden een receptief aanbod, maar ook workshops en masterclasses. We bieden het podium aan de professional die de amateur inspireert, maar we bieden juist ook makers en amateurs de kans om hun grenzen te verleggen. Ook het aanbod van cursussen en lessen moet onderscheidend zijn. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vakinhoudelijke kennis, innovatie op inhoud of methodieken en samenwerking met en bemiddeling voor andere instellingen en organisaties.

4. UITDAGEND AANBOD
Zowel op school als in de vrije tijd, zowel tijdens de les of cursus als tijdens de voorstelling gaat het bij ons over het verleggen van grenzen. Over het leren van de mogelijkheden op het gebied van kunst en cultuur. Het creëren van iets dat je zelf mag maken en doen. De inspiratie die de professional of vakdocent je meegeeft, of het moment van groei wanneer je zelfbewust als amateur of talent het podium betreedt.

5. PROFESSIONELE ORGANISATIE
We zijn een lerende organisatie. We zijn goed in ons vak, nemen onze verantwoordelijkheid, zijn besluitvaardig en streven continu naar verbetering. Om dat te realiseren voorzien we de werknemers - het feitelijke kapitaal van de organisatie - van ontwikkelingsmogelijkheden, stimulerende arbeidsvoorwaarden en bredere inzetbaarheid. De bedrijfscultuur is transparant en faciliterend, opdat we werken met tevreden medewerkers die op tijd bijscholing krijgen en meedenken over didactische, innovatieve en sociale vraagstukken.

Veranderopgaven – van intern gericht naar extern en flexibel

We geven onszelf de opgave om de Lindenberg te transformeren van een intern gerichte, hiërarchische en verzuilde organisatie naar een platte, flexibele, extern gerichte netwerkorganisatie. En: van een organisatie met een focus op de breedte naar een focus op cultuur-educatie. Voor ons zijn vijf veranderopgaven aan de orde:

1. Doorontwikkelen als netwerkorganisatie
2. Versterken van het onderdeel cultuureducatie
3. Realiseren van een gebouw dat aantrekkingskracht heeft
4. De slagvaardigheid van de organisatie vergroten
5. Een nieuwe marketingstrategie

DE VERANDEROPGAVEN TOEGELICHT

Ad. 1. Doorontwikkelen als netwerkorganisatie

De Lindenberg wil zich doorontwikkelen tot een veelzijdig cultuurhuis. Een cultuurhuis dat met zijn activiteiten in de haarvaten van de stad zit en daarmee een bijdrage levert aan het welzijn van de stad.

Wij vinden dat kunst en cultuur voor iedereen bereikbaar moet zijn, ongeacht leeftijd, achtergrond en opleiding. In ons eentje lukt het deels om deze missie te realiseren, dus om effectief te zijn moeten we samenwerken. Daarom intensiveren we bestaande partnerschappen en gaan in zee met nieuwe partners. Samen werken we aan nieuw cultureel aanbod. We creëren niet meer aanbod voor dezelfde doelgroep, maar we creëren aanbod voor nieuwe doelgroepen die we nu niet bereiken, en wel willen bereiken.

De samenwerking 'buiten de deur' vindt voornamelijk in de wijken en wijkoverstijgend plaats, met scholen, wijk- en welzijnsorganisaties, ouderenorganisaties, woningcorporaties, zorginstellingen etc. In de samen-werking met andere domeinen zijn nog talloze kansen waarbij we elkaar kunnen versterken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan thema's als werkgelegenheid, leefbaarheid, welzijn en zorg.

Met tal van amateurverenigingen en culturele organisaties in de stad werken we samen en blijven we graag samenwerken. We bemiddelen hier doelbewust voor derden. We inventariseren actief in de stad wie er goede onderwijsprogramma's c.q. docenten heeft en zetten deze uit in het aanbod bij het onderwijs. Op deze wijze versterken we het culturele klimaat van de stad, geven we makers en andere organisaties het podium (en de inkomsten), zorgen we voor extra werkgelegenheid in de stad en verbreden we het aanbod richting het onderwijs.

Tot slot is nōg een aspect van netwerkvorming vermeldenswaard: het aanhaken van zakelijke partners aan de Lindenberg. We werken aan het opzetten van een partnerplatform en aan een vriendennetwerk. De bedoeling is dat dit leidt tot additionele geldstromen en wellicht nieuwe businessmodellen die zijn toegesneden op samenwerking met de zakelijke markt.

En trouwens, waar voorheen de gedachte was dat we vooral zoveel mogelijk verschillende activiteiten moesten ontplooien, stoten we activiteiten die niet passen bij onze focus nu af. We zijn niet langer diffuus in het beeld dat sommigen van ons hebben, maar laten ons gezicht eenduidig zien. Extern zullen partijen zo voortaan beter weten wie we zijn en wat ze aan ons hebben.

Ad. 2. Versterken van het onderdeel cultuureducatie

Door cultuureducatie centraal te zetten worden we meer herkenbaar en richten we ons op onze kerntaak. Binnen de drie primaire processen van de Lindenberg werken we aan de volgende ambities:

A. LINDENBERG OP SCHOOL

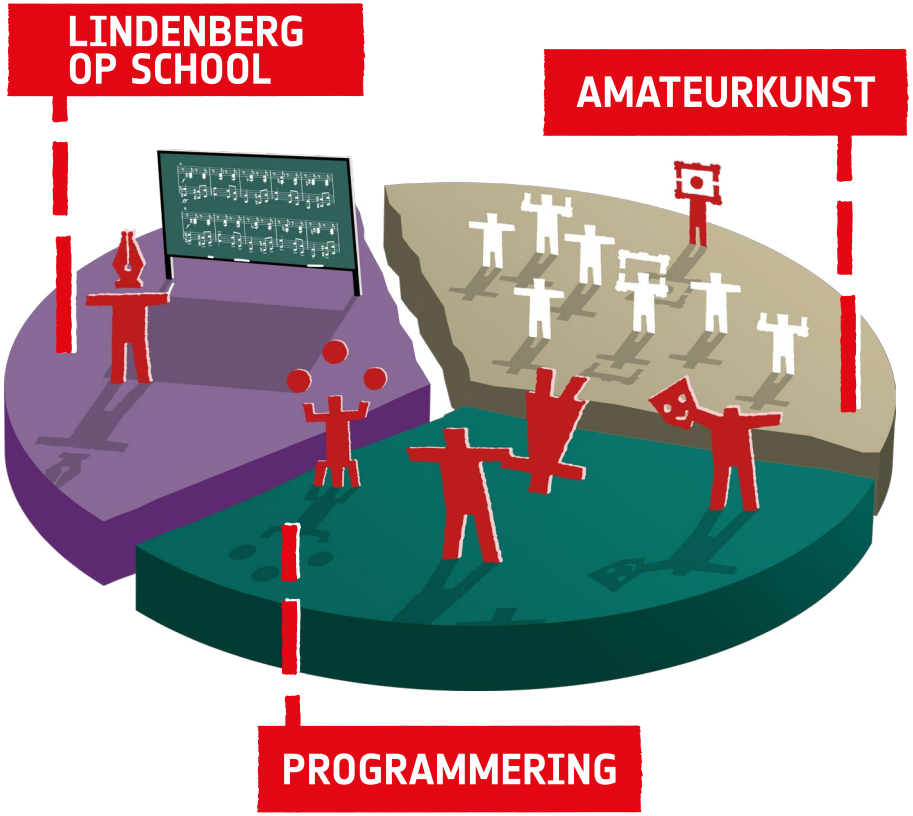
1. cultuureducatie op het CV van zoveel mogelijk kinderen te krijgen
2. een doorgaande leerlijn cultuur te creëren van PO naar VO
3. het onderwijs (PO) te faciliteren met een passend meerjarenpakket
4. in het VO structureel samen te werken met scholen (niet alleen op projectbasis)
5. de door de gemeente beoogde 'landelijke zichtbaarheid' waar mogelijk ondersteunen

Op dit moment werken we samen met vrijwel het gehele Primair Onderwijs in Nijmegen middels het curriculum ēn buitenschools. Daarnaast is er steeds meer samenwerking met het Voortgezet Onderwijs. Naast de lessen die we met onze docenten zelf geven, bemiddelen we voor tal van andere organisaties die op deze manier ofwel op school in het curriculum belanden, ofwel de leerlingen ontvangen op locatie.

B. AMATEURKUNST

1. een bredere doelgroep aan cursussen deel te laten nemen (aanbod koppelen aan de vraag)
2. nieuwe, innovatieve vormen van cursusaanbod te creëren (bijvoorbeeld kortlopend)
3. een groter aanbod van workshops te creëren
4. het huidige aanbod eenvoudiger/laagdrempeliger aan te bieden
5. meer ruimte voor innovatie te realiseren

Om iedereen in de stad de kans te geven om te kiezen voor deelname aan een cursus of les of workshop bezinnen we waar we wat doen op welke locaties, hoe we de wervingsmiddelen inzetten, welk gereedschap we inzetten en welke marketingstrategie we kiezen. Samenwerking in de stad is daar vaak onlosmakelijk aan verbonden.



C. PROGRAMMERING

1. programmering de plek te laten zijn waar alle lijnen van de Lindenberg elkaar zichtbaar vinden, en daarop de bewijslast te creëren en te laten zien waar wij als Lindenberg van zijn. Denk bijvoorbeeld aan workshops, masterclasses, lezingen, speciale voorstellingen, bijzondere exposities en open podia.

2. Lindenberg de plek te laten zijn voor kunst en culturele samenwerking in en met de stad. Met instellingen, organisaties, amateurs en jonge makers.

3. innovatie, authenticiteit, bewustwording en verrassing te verbinden aan een aanbod dat is gestoeld op het streven om veel verschillende doelgroepen aan te spreken zodat een diversiteit aan publiek zich aangesproken en (h)erkend voelt.

Bij de afdeling programmering komen tal van lijnen bij elkaar. De afdeling programmering is bij uitstek de plek waar talent haar eerste schreden op het podium zet, waar de professional inspireert en bewustwording deelt en waar je mag genieten en je mag verbazen. Het is ook de plek waar amateurs hun werk laten zien, en waar jonge makers hun carrière starten. Daarnaast is het de plek waar onze cursisten hun eerste optreden hebben of waar ze laten zien hoe ze gegroeid zijn, en waar leerlingen uit het onderwijs na een jaar lang oefenen een prachtige eindvoorstelling op de planken zetten.

Ad. 3. Realiseren van een gebouw dat aantrekkingskracht heeft.

De huidige centrale huisvesting sluit in functioneel opzicht niet aan bij de geformuleerde visie en is op met name financiële gronden niet toekomstbestendig. De komende tijd zullen we daarom - op basis van de nieuwe visie - een aantal opties onderzoeken om een hoofdvestiging met aantrekkingskracht te realiseren.

Een uitgebreid programma van eisen hebben we nog niet, maar we hebben wel een aantal duidelijke wensen wat betreft de gedroomde behuizing:

- Een open karakter (herkenbaar, zichtbaar en uitnodigend)
- Flexibel en multi-inzetbaar (diverse functies en stakeholders)
- Meerdere zalen, studio's en cursusruimtes (inkomstenstromen en verbinding op inhoud)
- Betaalbaar, bruikbaar en duurzaam (eenvoudige bedrijfsvoering)
- Goede ondersteunende (facilitaire) voorzieningen

De opties zijn: nieuwbouw op de huidige locatie, nieuwbouw op een andere centrale locatie of renovatie van het huidige pand.

Om een groot en divers bereik te realiseren en daarmee potentiële cursisten aan te trekken die (nog) niet naar de hoofdvestiging (kunnen of willen) komen gaan we tevens op zoek naar een uitbreiding van het netwerk van bestaande en herkenbare laagdrempelige locaties in de wijken.

Ad. 4. De slagvaardigheid van de organisatie vergroten.

Het implementeren van de beoogde veranderingen vergt dat we als organisatie vasthoudend zijn op het gebied van gelijkheid, transparantie, eenduidigheid, het vermogen om door te pakken en het zichtbaar maken van het beleid.

De kern van de organisatie wordt gevormd door educatie. Waar voorheen veel binnen de pijlers werd gewerkt, wordt voortaan over de afdelingen heen samengewerkt. Op deze manier wordt de positionering sterker doordat we de inhoud aan elkaar verbinden en maken we de activiteiten inhoudelijk sterker.

Breed inzetbare docenten vormen als **betrokken professional** de kern van onze cultuureducatieve organisatie. Of het nu om een docent uit het onderwijs gaat die een project coördineert, een docent die cursussen geeft die ook in het onderwijs aan de slag kan of een voorstelling uit het onderwijs die voorafgegaan wordt door een masterclass van een professional, georganiseerd door de afdeling programmering. Op deze manier bevorderen we de onderlinge kennisdeling en vernieuwing en zijn we een betere werkgever omdat we de profielen van medewerkers waar mogelijk verbreden.

In de toekomst wil de Lindenberg er voor zoveel mogelijk creatieve docenten en entrepreneurs zijn in Nijmegen, of ze nou in loondienst zijn of niet. Zzp'ers die zich verbinden aan de Lindenberg kunnen we actief ontzorgen. Te denken valt dan aan het aanbieden van:
administratieve ondersteuning, marketingondersteuning, ruimtelijke faciliteiten, scholingsmogelijkheden, collectieve verzekeringen en een broodfonds. De gedachte hierachter is dat de Lindenberg de cultuureducatie in Nijmegen maximaal moet willen faciliteren.

Om het veranderingsproces te ondersteunen is **goed werkgeverschap** belangrijk. Dat betekent dat we behalve het goed regelen van de primaire arbeidsvoorwaarden (e.g. CAO-harmonisatie) ook gaan faciliteren op de secundaire arbeidsvoorwaarden. Bij dat laatste gaat het om een bredere inzetbaarheid van docenten, ontwikkelings- en scholingsmogelijkheden, kennisuitwisseling en experimenteerruimte.

Ad. 5. Een nieuwe marketingstrategie.

Vanuit marketing haken we met de juiste strategie aan bij de veranderopgaven en de operationele doelen. Dit vergt een nieuwe marketingstrategie. We koppelen laagdrempeligheid en bereikbaarheid van het aanbod aan de kwaliteit en de uitdaging van datzelfde aanbod. We zoeken naar de juiste bewijsvoering die telkenmale past bij het merk Lindenberg. Juist het vermarkten van dat wat onze organisatie de stad biedt is heel belangrijk om de stappen te maken die gaan leiden tot een groter bereik.

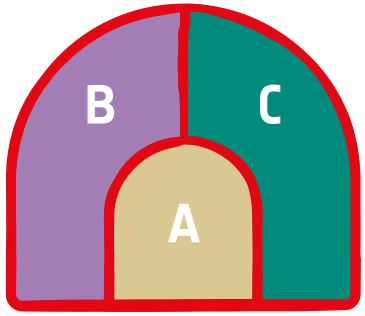
Voor de verschillende markten en doelgroepen moeten we voorts verschillende vormen van communicatie toepassen. De zakelijke markt heeft een andere benadering nodig dan de theaterbezoeker, en de volwassen cursist krijgt een ander voorstel dan de scholier, maar alles vertelt wel hetzelfde verhaal van verbinding en mogelijkheden.

Financiën

De Lindenberg is een culturele organisatie die publiek wordt gefinancierd. We ontvangen op structurele basis een budgetsubsidie van de gemeente Nijmegen. Via het zogeheten Iglo-model (een best practice van de VNG binnen het cultuurbeleid) maken we inzichtelijk hoe de publieke financiering is gekoppeld aan drie vormen van bestedingen.

Het Iglo-model laat zien dat het mogelijk is om in de begroting een conceptueel onderscheid te maken tussen:

a. De voorziening: huisvesting, infrastructuur en staforganisatie. Geheel gesubsidieerd op basis van meerjarige vaste lasten.
b. Subsidiabele culturele en cultuureducatieve activiteiten. Deels gedekt door marktgerelateerde inkomsten, deels gesubsidieerd.
c. Overige culturele, cultuureducatieve en zakelijke activiteiten. Met de ambitie om deze geheel te dekken door marktgerelateerde inkomsten.



IGLO-MODEL

Het onderdeel a vormt de basis van de exploitatie.

Tot onderdeel b behoren onze activiteiten in de vorm van lessen, cursussen en voorstellingen voor kinderen en het bereiken van jongeren middels dit aanbod en het faciliteren van amateurs en jonge makers en het programmeren van hen op ons podium. De marktgerelateerde inkomsten van onderdeel b bestaan uit inkomsten van de cursussen, de ticketopbrengsten van voorstellingen en inhoudelijke bijdragen van fondsen. De subsidie fungeert dus als aanjager voor extra inkomsten waarmee een veelvoud aan activiteiten mogelijk wordt gemaakt.

Tot onderdeel c behoort de zakelijke verhuur en horecaomzet. Ook de bijdragen van scholen voor onze maatwerk dienstverlening kunnen hiertoe worden gerekend, evenals sponsorinkomsten.

Omdat de drie onderdelen van de iglo met elkaar samenhangen en niet los van elkaar kunnen worden beschouwd verantwoorden wij graag het geheel naar onze subsidiegever.

Het landelijke beeld is dat centra voor cultuureducatie het nog steeds moeilijk hebben. Het op peil houden van de bestaande omzet is dan al heel wat. Een lichte groei zou betekenen dat de Lindenberg het goed doet.

De financiële huishouding van de Lindenberg is momenteel stabiel, doch de balans tussen de diverse inkomstenstromen is heel belangrijk en soms nog precair. Als inkomsten wegvallen is scherp bijstellen direct aan de orde. Daarom is het belangrijk dat de organisatie flexibeler en slagvaardiger wordt. Alleen zo kunnen we snel reageren op ongewenste of onverwachte ontwikkelingen. De nieuwe visie maakt dat de balans in de basis steviger wordt en dat we sneller kunnen reageren. Eventuele nog niet te voorziene negatieve ontwikkelingen bieden we het hoofd, en kansen pakken we op.

BELEIDSVISIE 2020 - 2024 IN HET KORT

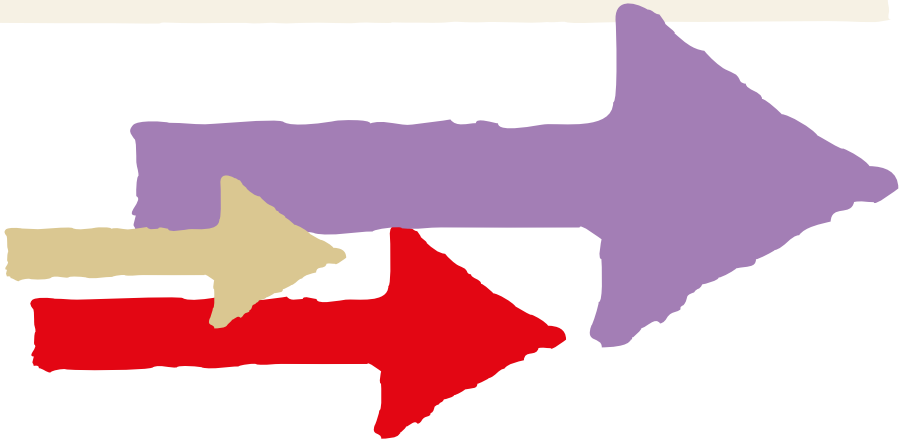
tot slot

Gezamenlijk bouwen we aan een bestendige organisatie die in de haarvaten van Nijmegen haar opdracht in de stad middels het aanbod van kunst en cultuureducatie vervult.

Een 50 jaar oude organisatie wentelen naar een nieuwe werkelijkheid doe je niet van vandaag op morgen. Maar met het enthousiasme en de vakkundigheid van onze medewerkers en met het huidige draagvlak in de stad zien we de toekomst met vertrouwen tegemoet.

Lindenberg Cultuurhuis
***Beleidsvisie 2020-2024 in het kort*:**

- cultuureducatie- en participatie faciliteren en realiseren in Nijmegen
- gericht op bredere doelgroep en vraaggericht werken
- met een hoofdlocatie én aanbod in de wijken
- ontwikkeling aanbod in samenwerking met andere domeinen
- activiteiten en initiatieven van derden in de stad ondersteunen met kennis en expertise
- structureel samenwerken met primair en voortgezet onderwijs in doorgaande leerlijnen
- ruimte voor ontwikkeling en innovatie (kunst en cultuur: inspiratie en talentontwikkeling)
- medewerkers als ambassadeur van Lindenberg Cultuurhuis
- gezonde, verbindende en toekomstgerichte organisatie van professionals, experts en vakdocenten
- doe-het-zelf podium realiseren (pak je podium principe)



Lindenberg Cultuurhuis

Ridderstraat 23
6511 TM Nijmegen

024 – 327 39 11

info@delindenberg.com

www.delindenberg.com

Deze visie is tot stand gekomen dankzij de input van Lindenbergmedewerkers, zzp'ers, vrijwilligers, de Raad van Toezicht, de gemeente, het onderwijs, onze cursisten en theaterbezoekers, en tal van stakeholders in de stad (bewoners, bedrijfsleven, culturele instellingen in en buiten de stad, leveranciers, financiële instellingen en non-profit en welzijnsorganisaties).

Met dank aan Peter van Steensel van de Positioneringsgroep en Cor Wijn van Berenschot voor de begeleiding van het traject.

Fotografie: Dennis Vloedmans
Vormgegeving: ROSH Studios