

GLOW



LIGHT IN ART AND
ARCHITECTURE
NOV. 11 - NOV. 18
EINDHOVEN 2017

Bijlage bij aanvraag Brabant C Fonds

GLOW 2017-2020

Stakeholdersanalyse

Stakeholdersanalyse

Stichting GLOW onderscheidt de volgende stakeholders die belang hebben bij het lichtfestival. Per stakeholder zal hierna kort worden aangegeven wat hun betekenis voor het festival en specifiek voor de talentontwikkeling is. In het marketingplan is beschreven wij hoe wij met ieder van hen samenwerken om hun betrokkenheid verder te optimaliseren.

1. Publiek

Binnen deze groep maken wij bewust nog verder onderscheid tussen 'de inwoners van Eindhoven' en overige bezoekers.

a) Inwoners Eindhoven

Betekenis voor het project: Dit zijn feitelijk dé ambassadeurs van GLOW. Zij zijn de trouwe bezoekers (soms meerdere keren per editie) die actief bijdragen aan het feest dat GLOW is. Zij nodigen familie, vrienden, collega's enz. van elders uit om samen met hen te 'glowen'¹, vormen daarmee de grootste groep binnen het totale aantal bezoekers en waarderen GLOW met een rapportcijfer van 7,4 in 2015 (hoger dan andere bezoekers). (Bron: Dynamic Concepts 2015)

Mogelijke impact: GLOW biedt de inwoners van Eindhoven een extra evenement waarin wordt getoond dat de stad – en zijn bedrijven/inwoners - uitblinkt op de terreinen van techniek, design en kunst, maar ook dat gezelligheid en gastvrijheid onderdeel zijn van het DNA. De hiervan af te leiden collectieve trots (gevoel van "ons festival") en groot saamhorigheidsgevoel dragen bij aan meer sociale cohesie en aan een vitalere stad. De betrokkenheid blijkt overigens o.a. uit het grote aantal vrijwilligers (80 – 100) dat zich iedere editie inzet om GLOW tot een succes te maken.

b) (Overige) bezoekers

Betekenis voor het project: Zonder bezoekers geen festival! De bezoekers creëren gezamenlijk de unieke sfeer en beleving die GLOW kenmerken. Daarnaast dragen zij bij aan de benodigde inkomsten. Wij willen in de komende edities onze marketinginspanningen meer differentiëren naar de afzonderlijke publieksgroepen, zoals 'bezoekers van buiten de provincie', 'buitenlandse bezoekers', maar ook 'jong volwassenen'. Wij zien groeipotentie in de genoemde groepen en willen daarom extra inspanningen daarop richten.

Volgens consumentenonderzoek dat GLOW heeft laten uitvoeren voor de editie van 2015 is de herkomst van bezoekers als volgt:

Gemeente Eindhoven: 27,4 %

MRE² Regio: 17 %

Noord-Brabant, buiten MRE: 25,1 %

Bezoekers woonachtig in Noord-Brabant: 69 %

Nederland: 26 %

Buitenland: 4,5 %

N.B.: Van bezoekers die GLOW al meer dan 5 jaargangen bezoeken, komt meer dan de helft (55,6%) uit Eindhoven.

¹ Dit wordt letterlijk als werkwoord gebruikt om een avond GLOW te beleven

² MRE = Metropool Regio Eindhoven

LIGHT IN ART AND
ARCHITECTURE
NOV. 11 - NOV. 18
EINDHOVEN 2017

GLOW

Mogelijke impact: Wanneer GLOW steeds meer een (inter-)nationaal feest wordt, leidt dat tot extra aantrekkingskracht op nieuwe bezoekers uit een grotere regio (zowel binnen Nederland als uit het buitenland). Mensen willen dit evenement meemaken, vergroten door hun aanwezigheid het podium dat wij aan de talenten willen bieden en onze naamsbekendheid. Door deze grotere exposure als proeftuin voor creatief talent leveren wij ook een bijdrage aan werving van de nieuwe kenniswerkers voor de Brainport-regio. Deze jonge, hoog opgeleide groep kiest een werkgever mede op basis van het vestigingsklimaat (naast wonen, recreëren en culturele voorzieningen).

2. Bedrijfsleven:

Betekenis voor het project: Het (regionale) bedrijfsleven is op diverse manieren van belang voor GLOW. Allereerst zijn zij cofinancier; GLOW is mede tot stand gekomen door financiële steun van Philips en kent daarnaast 7 hoofdsponsors, 8 kleinere sponsors en de zogenoemde 'Vrienden van GLOW'. Dit zijn ook allemaal bedrijven, waarvan 85% uit Noord-Brabant. De meeste ondernemers en grote bedrijven sponsoren GLOW om hun eigen naamsbekendheid te vergroten, of om hun imago te verbeteren. Daarnaast worden als redenen genoemd: goodwill en 'hart voor de stad'.³ Door de bijdrage van sponsors kan GLOW het evenement blijven organiseren. Daarnaast zijn zij ook, naast inwoners, een belangrijke groep van ambassadeurs. Via het hospitality-programma biedt GLOW hen een originele manier om relaties te ontvangen en deel te laten nemen aan een uniek evenement.

Mogelijke impact: GLOW biedt (regionale) high-tech en creatieve bedrijven een extra, originele manier om nieuw talent te werven voor vacatures die steeds lastiger te vervullen zijn en waarvoor de betreffende bedrijven op een mondiale markt moeten concurreren. Daarnaast leidt GLOW tot extra uitgaven door bezoekers die een bezoek aan GLOW als uitgangspunt zien voor een meerdaags bezoek aan de regio. Deze economische spin-off (in overnachtingen, horeca, winkelen, recreatie en parkeergelden) vertaalt zich in meer werkgelegenheid. En tenslotte faciliteert GLOW de ontwikkeling van nieuwe bedrijvigheid, zoals het zeer succesvolle bedrijf Enversed (gespecialiseerd in Virtual Reality) dat is ontstaan uit GLOW Next.

3. Culturele instellingen en ondersteunende organisaties:

Hiertoe rekenen wij de lokale partners uit de culturele sector (zoals Van Abbemuseum, Philips Museum, Parktheater, Dutch Design Foundation), maar ook bkbc en andere festivals in Noord-Brabant (o.a. Festival Mundial, Boulevard).

Betekenis voor het project: De genoemde lokale partners zijn, wisselend per editie en gekozen route, actief deelnemer in het programma of gaan dat in de toekomst worden. Zij hebben er belang bij dat een zo breed mogelijk publiek op een laagdrempelige manier toegang krijgt tot hun aanbod. En tot de bezoekers van GLOW horen veel inwoners van Eindhoven die anders niet zo snel deze culturele instellingen zouden bezoeken.

De andere culturele 'instellingen' zien wij als branchegenoten en ervaringsdeskundigen op het gebied van organiseren van boeiende festivals voor een specifiek publiek. Daarom staan wij open voor het wederzijds delen van ervaringen met de ontwikkeling en toepassing van nieuwe verdienmodellen (zoals Philips Stadion-project en export van producties naar buitenland). Maar

³ bron onderzoeksrapport Tedde vd Heijden 2016

LIGHT IN ART AND
ARCHITECTURE
NOV. 11 - NOV. 18
EINDHOVEN 2017

GLOW

wij willen hen ook graag betrekken bij onze acties om talenten te scouten en een podium te geven.

Mogelijke impact: Voor de culturele instellingen in Eindhoven geldt dat zij 'meeliften op het succes van GLOW'. Door een inhoudelijke bijdrage te leveren aan het programma – en een ander publiek dan gebruikelijk te trekken – vergroten zij hun potentiële publieksbereik. Daarnaast versterken zij door hun samenwerking de profilering van Eindhoven/Brainport als culturele en creatieve hotspot. Verder bieden zij aanvullende podia voor het talent dat vanuit GLOW wordt gestimuleerd en ondersteund in hun ontwikkeling.

4. Andere maatschappelijke/ educatieve organisaties:

Wij werken intensief samen met diverse kennisinstellingen en educatieve organisaties, namelijk TU/e (Intelligent Lighting Institute), Fontys Hogescholen (studierichtingen ICT & Lifestyle, Media Design, Technische Natuurkunde en Engineering), Sint Lucas (Creative Technologies & Gaming) en de kunstopleidingen AKV Sint Joost en Avans. Ook betrekken wij maatschappelijke organisaties als Dommelhoef-Archipel en Vonderhof – Vitalis (beiden ouderenzorg) en Cultuurstation (jeugd cultuureducatie) bij het programma.

Betekenis voor het project: De genoemde organisaties leiden de studenten op die kunnen uitgroeien tot de talenten die wij willen faciliteren. Zij zijn dus voor ons van essentieel belang om in een vroeg stadium deze talenten te scouten en om de beoogde resultaten van ons project "Talent in de schijnwerpers" te behalen.

Mogelijke impact: De genoemde organisaties kunnen hun studenten, door de samenwerking met GLOW, inspirerende stageplaatsen en een unieke leeromgeving bieden. In de groepsprojecten leren zij multidisciplinair samenwerken en worden zij uitgedaagd door kunstenaars van naam (in 2017 Starsky en Peter Torpey). Bovendien krijgen zij – via het indrukwekkende podium dat GLOW hen biedt – gelegenheid om zich (inter-) nationaal te presenteren en daarmee mogelijk een springplank naar andere podia/evenementen.

5. Overheden:

Betekenis voor het project: De gemeente Eindhoven is op dit moment de grootste subsidiënt van GLOW. De pijlers van de Eindhovense economie (Techniek, Kennis en Design) komen tot uiting in de lichtkunstprojecten die GLOW toont. Daarmee worden deze, voor de consument veelal onzichtbare, krachten van de stad zichtbaarder. GLOW fungeert als podium voor het etaleren van het DNA van Eindhoven én als magneet voor een nog steeds groeiend aantal bezoekers dat GLOW als aanleiding ziet om daarna Eindhoven en omgeving verder te verkennen.

Daarnaast onderkennen wij ook meerdere belangen bij de provincie Noord-Brabant. Zo stimuleert de provincie herbestemming van industrieel erfgoed (waartoe Strijp-S en de brede erfenis van Philips in Eindhoven behoort) en ondersteunt de provincie de rol van Eindhoven/Brainport als 'nationale mainport'. Om die rol adequaat te kunnen vervullen is de aanwezigheid van een bruisende, creatieve gemeenschap – naast alle high tech en industriële activiteit – vereist. En om die community te realiseren zal cultureel talent verleid moeten worden om naar deze regio te komen.

Mogelijke impact: GLOW draagt ertoe bij dat in het centrum van Eindhoven dynamiek ontstaat en energie zichtbaar wordt. Daarmee ontstaat een levendig verblijfsgebied in het stedelijk centrum wat de leefbaarheid versterkt. Daarnaast stimuleert GLOW de economische ontwikkeling (zie ook onder 2. Bedrijfsleven) van Eindhoven en de ruimere regio door te fungeren als een extra wervings-methode voor de benodigde toekomstige medewerkers. Een duurzame

LIGHT IN ART AND
ARCHITECTURE
NOV. 11 – NOV. 18
EINDHOVEN 2017

GLOW

economische ontwikkeling is gebaat bij een evenwichtige bevolkingsopbouw en bij een aantrekkelijk woon- en leefklimaat. Eindhoven kan dit bieden wanneer zij een voldoende aanzuigende werking kan uitoefenen op jongeren.

Voor de provincie is GLOW een aantrekkelijk 'uithangbord' dat het verhaal van de Brabantse bedrijvigheid en industrialisatie levend houdt (in editie 2017 gevisualiseerd via het Philips Stadion-project) en een nieuwe invulling van het industrieel erfgoed oplevert in de vorm van het Light Lab.

6. Andere partijen die voor GLOW van belang zijn:

Tot deze categorie rekenen wij media partners (= pers), partijen die met ons nieuwe verdienmodellen inhoud geven (zoals de NS) en de diverse fondsen waarop wij een beroep doen voor financiële steun.

Betekenis voor het project: Voor media partners (vakbladen op het gebied van licht, kunst, techniek, design,) is GLOW een bron van informatie over innovaties en voortschrijdend inzicht op hun respectievelijke vakgebieden. Daarnaast hebben mediapartners als Talpa en Metro belang bij een succesvolle implementatie van het showproject dat in 2017 voor het eerst zal plaats vinden in het Philips Stadion.

Voor de NS is GLOW een specifiek evenement dat vooral door veel mensen met de trein wordt bezocht. Er werden in 2016 maar liefst 60.000 treinkaartjes verkocht via de GLOW actie in de Spoorwinkel. De diverse fondsen waarop wij al een beroep doen c.q. nog een beroep gaan doen (o.a. Prins Bernhard Cultuurfonds, VSB Fonds, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Oranjefonds) vinden in GLOW een middel om hun respectievelijke doelstellingen te realiseren. Daarbij kan het zowel gaan om meer en meer divers publiek te laten deelnemen aan culturele activiteiten, maar ook om de ontmoetingsfunctie die GLOW vervult te ondersteunen.

Mogelijke impact: Doordat GLOW in internationaal verband steeds meer positie krijgt, straalt dit ook af op de diverse partners. Zo brengt dit jaar een delegatie van D3-district4 uit Dubai een bezoek aan GLOW en bezoeken ook vertegenwoordigers van andere buitenlandse lichtfestivals GLOW. Via hun marketing mensen wordt ons lichtfestival ook binnen hun evenement onder de aandacht gebracht. Daarnaast wisselen lichtfestivals onderling talenten uit. Waardoor deze niet alleen een podium in Eindhoven krijgen, maar wereldwijd, met de boodschap 'Made in Eindhoven'.

LIGHT IN ART AND
ARCHITECTURE
NOV. 11 - NOV. 18
EINDHOVEN 2017

⁴ D3 = Dubai Design District

GLOW