

# Businessplan Geert Groote Huis

## Inhoudsopgave

<b>Karakter Geert Groote Huis</b>	Pag. 2
<b>Stichting Realisatie gedachtegoed Geert Groote</b>	Pag. 3
<b>Marktpositie en Marketingplan</b>	Pag. 4
<i>Interne/ externe analyse</i>	Pag. 4
<i>Producten levenscyclus</i>	Pag. 6
<i>SWOT Analyse</i>	Pag. 6
<i>Confrontatiemix</i>	Pag. 7
<i>Unique Selling Proposition</i>	Pag. 9
<i>Marketingdoelstellingen</i>	Pag. 9
<i>Doelgroepen</i>	Pag. 10
<i>Positionering</i>	Pag. 10
Strategie	Pag. 10
<i>Marketinginstrumenten</i>	Pag. 12
<b>Personeel Geert Groote Huis</b>	Pag. 15
 Bijlage A Exploitatiebegroting	

## 1. Karakter Geert Groote Huis



Het Geert Groote Huis stelt zich tot doel Deventers grootste burger te eren en zijn ideeën en acties naar onze tijd te vertalen. De stichting Geert Groote Huis is niet verbonden aan enige levensbeschouwelijke stroming en concentreert zich op de cultuurhistorische betekenis van de persoon Geert Groote en de waarde van zijn ideeën in onze tijd.

Om zijn doelen te bereiken wordt het Huis een laagdrempelige eigentijdse voorziening met een breed bereik. Bezoekers maken er kennis met de persoon van Geert Groote, ervaren zijn gedachtegoed en ontkomen niet aan de vraag wat dat betekent voor onze eigen tijd en voor hun eigen leven.

Omdat Geert Groote de geestelijk vader van de Moderne Devotie is, wordt het huis dankzij zijn brede toegankelijkheid ook een toegangsportaal naar de diverse bewegingen en kenniscentra over deze stroming binnen en buiten onze landsgrenzen.

Nu de bouw voltooid is, volgt de inrichting. Daarvoor beschikt de stichting over een uitgewerkt concept op basis van een centrale en verbindende gedachte: bezoekers kennis laten maken met het denken en doen van Geert Groote op een manier die hen raakt. Zo worden zij zich bewust van parallellen met het heden, met hun eigen vragen en hun eigen handelen. Het Geert Groote Huis zal 'het toen van Geert Groote' verbinden met 'het nu van de bezoeker'. De opening van het Geert Grote Huis is vooralsnog gepland op 3 oktober 2013.

Deze missie is uitgewerkt in het volgende concept:

De presentatieruimte van het Geert Groote Huis zal straks bestaan uit vier onderdelen, vier deelverhalen die door één gedachte verbonden zijn: "ontdek het 'Groote' in jezelf".

- De entree markeert de overgang van de buitenwereld waar het druk is, naar een binnenwereld waarin gedachten hoorbaar worden. De bezoeker loopt over een rode loper richting de balie. Grote kaarsen versterken de sfeer.
- De kelder/crypte maakt de wereld van Geert Groote tastbaar. Het authentieke karakter van de middeleeuwse ruimte, tastbaar restant van de kapel, draagt sterk bij aan de bezoekerservaring. De beslotenheid van de crypte voert bezoekers even mee naar het verleden: toen, tegen de achtergrond van nu. Naast een beknopte introductie bevat de crypte vier thematische onderdelen, allen direct gerelateerd aan Geert Groote en uitgevoerd door daartoe geschikte media: wereld, kerk, gemeenschap en gedachtewand.
- De begane grond gaat over nu, tegen de achtergrond van toen. De ruimte is multifunctioneel en dient ook als algemene ontvangstruimte. Lezen en schrijven staat hier centraal. De ruimtelijke opstelling in deze lichte, transparante ruimte verwijst naar scholen zoals die in het spoor van de Moderne Devotie ontstonden. Er zijn school-, schrijf-, lees-, spel- en gemeenschapstafels.
- Het café is een plek waar mensen graag (terug)komen voor een goede kop koffie, voor ontmoetingen en een verdiepend gesprek met bekenden en onbekenden.

## **2. Stichting Realisatie Gedachtegoed Geert Groote**

Voor de exploitatie van het Geert Groote Huis, is een exploitatiestichting opgericht onder de naam 'Stichting realisatie gedachtegoed Geert Groote'. Met het bestuur van deze stichting, zijn de volgende personen belast:

Dhr. J.J.J Grobbeé (voorzitter)

Dhr. Mr. R.J. van Woerden (secretaris)

Dhr. D.J. de Weerd (penningmeester)

Mevr. Drs. R. van Ee

Mevr. Drs. J.T. van Wijngaarden- Rodenburg

Dhr. P.T.A. Sonneveldt

Voor de volledige gegevens van de bestuursleden en de inschrijving bij de Kamer van Koophandel, wordt verwezen naar bijlage 1.

## **Marktpositie en marketingplan**

### ***Interne analyse***

#### **Personeel**

Er zijn momenteel al een aantal enthousiaste vrijwilligers namens de Stichting actief. De Stichting hoopt in de toekomst, door actieve vrijwilligerswerving meer jongeren als vrijwilliger aan de stichting te binden. Het wordt echter steeds moeilijker om vrijwilligers te vinden, omdat het aantal uren vrije tijd per persoon steeds meer afneemt.

#### **Locatie**

Het Lamme van Dieseplein, de locatie waarop het Geert Groote Huis gebouwd is, is zeer goed bereikbaar en ligt in de binnenstad van de historische stad Deventer.

In de kelder bevindt zich een historische crypte, die onderdeel uitmaakt van het huis en die zeer tot de verbeelding van de bezoekers zal gaan spreken. Het bovenste deel van het huis is dankzij een glasconstructie zeer licht, modern en uitnodigend.



#### **Ondersteuning**

De stichting „Vrienden Geert Groote Huis“ steunt de Stichting voornamelijk op financieel gebied. Deze stichting tracht voldoende geld bijeen te brengen voor de exploitatie van het Geert Groote Huis. Er zijn op dit moment 144 betalende vrienden geregistreerd bij de stichting „Vrienden Geert Groote Huis“. Verder is er het Piet Tillema Fonds, een stichting die zich inspannt om jaarlijks een Geert Groote Dag te organiseren. Ook heeft deze stichting zich als doel gesteld om de stad Deventer bij het publiek als „stad van Geert Groote“ onder de aandacht te brengen. Deze stichting organiseert op 3 oktober 2013 alweer de vijfde Geert Groote Dag.

### ***Externe analyse***

Deventer wordt door het VVV-Deventer gepromoot als „gastvrije Hanzestad“. Deventer is één van de 5 oudste steden van Nederland en is gelegen aan de rivier de IJssel. Deventer telde eind 2012 98.673 inwoners.

Nadat het aantal weekbezoekers in de binnenstad de laatste drie jaar is afgenomen, zijn er in het najaar van 2012 meer bezoekers geteld dan in 2011. Volgens de tellingen van Locatus bezoeken wekelijks

209.100 mensen de binnenstad. Op de donderdag, vrijdag en zaterdag is het aantal bezoekers toegenomen in 2012, de woensdag laat echter een dalende trend zien over meerdere jaren

### **Kunst en cultuur in Deventer**

Deventer heeft een uitgebreid kunst- en cultuuraanbod, onder andere via de volgende instellingen:

- Schouwburg, bioscoop en filmhuis
- Burgerweeshuis
- Gemeentemusea
- Leeuwenkuil, centrum voor kunsten
- Kunstuitleen

Het Burgerweeshuis is hét cultuur- en poppodium van Deventer. Het trekt jaarlijks gemiddeld tussen de 45.000 en de 50.000 bezoekers.

Sinds de heropening van de Deventer Bioscoop is het bezoekersaantal flink toegenomen. Waar er voor de sluiting in 2006 slechts 48.257 mensen een bezoek aan de Deventer Bioscoop brachten, is dit aantal in 2009 opgelopen tot gemiddeld 140.000 bezoekers per jaar.

In de Schouwburg 'Leeuwenbrug' worden jaarlijks meer dan 150 dans-, toneel, muziek- en cabaretvoorstellingen gegeven. Deze voorstellingen trekken jaarlijks rond de 70.000 bezoekers.

### **Toeristen**

Deventer trekt jaarlijks zo'n 900.000 toeristen uit binnen- en buitenland. De stad staat bekend om haar gastvrijheid en haar oude stadskern. Verder worden er drukbezochte evenementen als „Deventer op Stelten“, het „Dickensfestijn“, de boekenmarkt en het „Humorfestival“ georganiseerd.

Aantal bezoekers:

- Deventer op Stelten: 120.000 bezoekers in 2008, 130.000 bezoekers in 2009, 130.000 bezoekers in 2010, 130.000 bezoekers in 2011 en 140.000 bezoekers in 2012.
- Boekenmarkt: 130.000 bezoekers in 2008, 75.000 bezoekers in 2009, 125.000 bezoekers in 2010, 120.000 bezoekers in 2011 en 120.000 bezoekers in 2012.
- Dickensfestijn: 60.000 bezoekers in 2008, 95.000 bezoekers in 2009, 100.000 bezoekers in 2010, 120.000 bezoekers in 2011 en 150.000 in 2012.
- Humorfestival: circa 12.500 bezoekers in zowel 2008 als in 2009, 2010, 2011 en 2012.

### **Musea in Deventer**

In Deventer bevinden zich 2 musea, te weten: het Historisch Museum en het Speelgoedmuseum.

Het Historisch museum trekt jaarlijks tussen de 15.000 en 20.000 bezoekers.

Het Speelgoedmuseum trok in het jaar 2008 ruim 34.000 bezoekers en in het jaar 2009 waren dit er ruim 30.000. De Deventer musea hebben in 2010 een topjaar gedraaid.

Het Speelgoedmuseum heeft jaarlijks een bezoekersaantal van tussen de 30.000 en de 70.000 bezoekers, afhankelijk van de tentoonstellingen die er zijn.

### **Bibliotheken**

Uit cijfers van de ledenadministratie van de Openbare Bibliotheek te Deventer, blijkt dat bijna 26% van alle inwoners lid van de Openbare Bibliotheek in Deventer is. Hiermee kunnen ze ook gebruik maken van het Stadsarchief en de Athenaeum Bibliotheek.

### **Overige externe informatie**

De trends in de vrijetijdsindustrie volgen elkaar in rap tempo op. Hieronder de drie belangrijkste actuele trends:

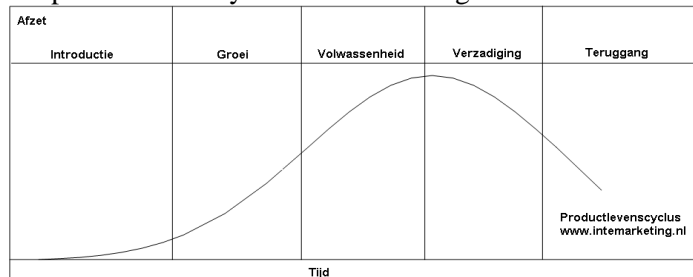
- Enorme groei van het aanbod en van de vraag
- Beleving en belevingseconomie worden steeds belangrijker, mensen willen iets unieks beleven, het gevolg is thematisering.
- Vrijtijdsbeleving delen en promoten via social media zoals Facebook, Hyves en Twitter.

Uit onderzoek blijkt dat Deventer nog geen persoon als boegbeeld aan de stad verbonden heeft. Rotterdam heeft bijvoorbeeld Erasmus, Salzburg heeft Mozart, Bonn heeft Beethoven en Weimar heeft Bach.

### **Productlevenscyclus van het Geert Groote Huis**

De productlevenscyclus (PLC) geeft een beeld van de fase waarin een product zich bevindt. In het geval van het Geert Groote Huis is het huis en haar inhoud het product.

De productlevenscyclus ziet er als volgt uit:



Bij het bepalen van een toekomstige strategie voor het Geert Groote Huis is het belangrijk om te achterhalen in welke fase van bovenstaande cyclus Het Geert Groote Huis zich bevindt.

#### **Dat is: de Introductiefase.**

Een onderneming heeft succesvol een product ontwikkeld en zet deze op de markt. Er worden relatief weinig verkopen gerealiseerd en er is geen winst. In deze fase is er sprake van weinig concurrentie omdat het een nieuw product betreft. De belangrijkste zorg is dat het product de stap maakt naar de volgende fase. Meestal gebeurt dit door bekendmaking met het Geert Groote Huis. Wanneer de consument het Geert Groote Huis leert kennen zullen er meer bezoekers komen en zal het product zich automatisch verplaatsen naar de groeifase. Een promotiecampagne kan zeer effectief zijn in deze fase.

### **SWOT-Analyse**

In het onderstaande overzicht is de SWOT-analyse weergegeven. Uit alle geconstateerde sterktes en zwaktes enerzijds en kansen en bedreigingen anderzijds, zijn de 5 belangrijkste in de onderstaande SWOT-analyse opgenomen. De minder belangrijke sterktes en zwaktes én kansen en bedreigingen staan onderaan deze pagina vermeld.

#### **SWOT-Analyse Geert Groote Huis**

<b>Sterktes</b>	<b>Kansen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Architectonisch bijzonder vormgegeven gebouw</li> <li>- Inrichtingsconcept biedt unieke combinatie van moderne media en historische crypte</li> <li>- Geert Groote Huis is onderdeel van geplande cultuur-as in Deventer</li> <li>- Enthousiaste vrijwilligers</li> <li>- Veel connecties binnen het bedrijfsleven</li> <li>- Veel kennis over Geert Groote aanwezig</li> <li>- Locatie Geert Groote Huis</li> <li>- Gebouw in eigen beheer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- In Nederland nog geen informatiecentrum over Geert Groote en Moderne Devotie</li> <li>- Gedachtegoed van Geert Groote sluit aan op belangrijke trends in onze samenleving</li> <li>- Veel studenten studeren in Deventer</li> <li>- Deventer heeft nog geen „boegbeeld“</li> <li>- Deventer toeristische stad, veel evenementen</li> <li>- Toenemende behoefte aan thema's als vrijheid van meningsuiting en zorg voor de medemens.</li> <li>- Toenemende technologische mogelijkheden</li> <li>- Geert Groote Huis heeft breed</li> </ul>

	bezoekerspotentieel (toeristen, scholieren, inwoners Deventer)
<b>Zwaktes</b> - Lage naamsbekendheid - Voor inrichting volledig afhankelijk van fondsen en subsidies - Nog slechts een paar ondertekende samenwerkingsverbanden - In opstartfase volledig van vrijwilligers afhankelijk	<b>Bedreigingen</b> - Minder subsidies (financiële middelen) - Mogelijke andere organisaties die hetzelfde gedachtegoed willen uitdragen - Hogere pensioenleeftijd - Onvoldoende vrijwilligers - Andere instellingen in de omgeving van Deventer die zich ook op het onderwijs richten

### Overige sterktes:

Enkele ondersteunende stichtingen

### Overige zwaktes:

Nog geen actuele, interactieve website

Nog geen gestructureerde interne en externe communicatie

### Overige kansen:

Financiële steun van Gemeente Deventer

Het stadsarchief beschikt over veel archiefmateriaal

Toenemende vergrijzing

Mogelijkheid tot uitbreiding van het gebouw

## Confrontatiematrix

In de confrontatiematrix worden sterkten en zwaktes én kansen en bedreigingen die in de SWOT-analyse omschreven staan met elkaar in relatie gebracht.

Er wordt hierbij van buiten naar binnen gekeken. Met andere woorden: wat is het effect van de kansen en bedreigingen op de sterktes en zwaktes.

Bij de onderstaande confrontatiematrix zijn de waarden als volgt geïdentificeerd:

1 Belangrijk 3 Belangrijker 5 Belangrijkst

SWOT	Kansen								Bedreigingen				
	K 1 Nederl and geen infoce ntrum Geert Grote en Moder ne Devoti e	K 2 Gedacht egoed Geert Grote sluit aan op belangrij ke trends in onze samenle ving	K 3 Veel stude nten in Deve nter	K 4 Devent er heeft geen „boegb eeld”	K 5 Devent er toerist ische stad, veel evenem enten	K 6 Behoeft e aan thema's als vrijheid van mening suinting en zorg voor de medem ens	K 7 Toenem ende techno logische mogelijk heden	K 8 Geert Groote Huis breed bezoekersp otentieel (toeristen, scholieren, inwoners Deventer)	B 1 Mind er subsi dies (finan ciële midd elen)	B 2 Mogelij ke andere organis aties die zelfde gedacht egoed uitdrage n	B 3 Hogere pensioen leeftijd	B 4 Onvold oende vrijwill igers	B 5 instelli ngen omgev ing Devent er ook op onder wijs gerich t
S 1 Architectonisch bijzonder vormgegeven gebouw	3				1			5					
S 2 Inrichtingsconc ept biedt unieke combinatie van moderne media en historische crypte		5					3	1					

Zwaktes	S 3 Geert Groote Huis is onderdeel van geplande cultuur-as in Deventer	5			3			1					
	S 4 Enthousiaste vrijwilligers								3		5		1
	S 5 Veel connecties binnen het bedrijfsleven				3	1			5				
	S 6 Veel kennis over Geert Groote aanwezig	5	3				1						
	S 7 Locatie Geert Groote Huis					5		3		1			
	S 8 Gebouw in eigen beheer					1		3		5			
	Z 1 Lage naamsbekendheid Geert Groote	1	5				3						
	Z 2 Voor inrichting volledig afhankelijk van fondsen en subsidies	1	3						5				
	Z 3 Nog slechts weinig ondertekende samenwerkingsverbanden								1	5			3
	Z 4 In opstartfase volledig van vrijwilligers afhankelijk								1		3	5	

### Conclusies uit de confrontatiematrix

- Architectonisch bijzonder vormgegeven gebouw trekt een breed toeristisch publiek
- Inrichtingsconcept biedt unieke combinatie van moderne technieken en historische crypte, en geeft daarmee goed vorm aan het gedachtegoed van Geert Groote dat feilloos aansluit op belangrijke trends in onze samenleving
- Geert Groote Huis wordt onderdeel van geplande cultuur-as in Deventer en Nederland heeft nog geen kenniscentrum over Geert Groote en de Moderne Devotie
- Het Geert Groote Huis heeft nu een aantal enthousiaste vrijwilligers, maar krijgt wel last van de hogere pensioenleeftijd en het feit dat het aantal nieuwe vrijwilligers daardoor minder hard zal groeien
- De bestuursleden van het Geert Groote Huis hebben veel connecties binnen het bedrijfsleven en krijgen daardoor hopelijk dingen voor elkaar die anders lastig worden dankzij de slinkende subsidies
- Bij de bestuursleden van het Geert Groote Huis is veel kennis over Geert Groote aanwezig en daarmee voorziet het huis landelijk in een lacune, daar Nederland nog geen informatiecentrum over Geert Groote en de Moderne Devotie heeft
- De locatie van het Geert Groote Huis is centraal gelegen in het historisch centrum van Deventer, en daarmee goed te vinden voor de vele toeristen en goed te integreren in de vele evenementen die Deventer organiseert
- Het gebouw is in eigen beheer en dat is positief, gezien de slinkende subsidiepotjes
- Geert Groote geniet een lage naamsbekendheid, maar dat zou moeten veranderen, gezien het feit dat het gedachtegoed van Geert Groote naadloos aansluit op belangrijke trends in onze samenleving
- Voor de inrichting is het Geert Groote Huis volledig afhankelijk van fondsen en subsidies, hetgeen erg lastig is, daar er steeds minder subsidies ter beschikking komen



- Het Geert Groote Huis heeft slechts een paar ondertekende samenwerkingsverbanden (convenant met Gemeente Deventer, NV Bergkwartier en Saxion), dus het gevaar bestaat dat andere (nog op te richten) organisaties, die hetzelfde gedachtegoed willen gaan uitdragen, het GGH te snel af zijn
- In opstartfase is het Geert Groote Huis volledig afhankelijk van vrijwilligers, maar er zijn steeds minder mensen die vrijwilligerswerk kunnen en willen doen
- Het Geert Groote Huis heeft een mix van jongeren en ouderen binnen het Bestuur en bij de vrijwilligers. Dit schept kansen omdat het GGH sterk wil inzetten op en gebruik wil maken van de bij jongeren zo vertrouwde toenemende technologische mogelijkheden.

### **Unique Selling Proposition van het Geert Groote Huis**

Het Geert Groote Huis biedt de bezoeker een unieke ervaring dankzij de link die wordt gelegd van de historie naar de moderne tijd. De bezoeker komt alles te weten over het Deventer uit de tijd van Geert Groote en over het invloedrijke gedachtegoed dat hij uitdroeg, maar wordt tevens uitgedaagd om (met behulp van moderne technieken) een vertaling van Geert Grootes vernieuwende inzichten te maken naar onze tijd.



### **Marketingdoelstellingen**

Met de hieronder omschreven marketingdoelstellingen wordt er aangegeven wat de Stichting wil bereiken door gebruik te maken van verschillende marketingactiviteiten. Alle doelstellingen zijn SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden) geformuleerd.

- Het aantal „vrienden“ dat zich aan het Geert Groote Huis verbindt, dient een jaar na de opening (najaar 2014) van het Geert Groote Huis met 200 te zijn toegenomen tot een aantal van 300.
- Binnen 2 jaar na de opening (najaar 2015), moet 70% van de bewoners in Deventer van het bestaan van het Geert Groote Huis afweten.
- Het percentage inwoners van Deventer dat iets over het gedachtegoed van Geert Groote weet te vertellen, dient binnen 1 jaar na de opening van het Geert Groote Huis van 8,6% tot 12,5% gestegen te zijn.
- Het Geert Groote Huis dient binnen een tijdsbestek van 1 jaar na opening tenminste 20.000 bezoekers te verwelkomen.
- Van alle bezoekers die binnen een jaar na opening een bezoek brengen aan het Geert Groote Huis, zal tenminste 15% binnen 2 jaar na opening een herhalingsbezoek aan het Geert Groote Huis brengen.

De hoofdvraag is: **“Op welke wijze kan de Stichting jaarlijks zo’n 20.000 bezoekers verwelkomen?”**

Hierbij gelden de voorwaarden dat het gedachtegoed van Geert Groote ten alle tijden centraal staat en dat het bedrijfsresultaat positief moet zijn.

## **Doelgroepen**

### ***Inwoners van Deventer***

Deventer telde eind 2012 98.673 inwoners.

### ***Toeristen***

Het Geert Groote Huis beschouwt de toeristen als belangrijke doelgroep omdat toerisme erg belangrijk voor Deventer is. Jaarlijks brengen rond de 900.000 Nederlanders een bezoek aan Deventer. Deventer werd bijvoorbeeld in het jaar 2008 in totaal 1.845.000 keer bezocht door Nederlanders die niet in Deventer wonen, dit wil zeggen dat de bezoeker Deventer gemiddeld 2 keer bezoekt. Zij gaven per bezoek gemiddeld €41,- per persoon uit. Bezoekers aan Deventer komen voornamelijk naar de stad om te winkelen (42%), een evenement te bezoeken (14%) of een wandeling door de stad te maken (10%).

### ***Leerlingen bovenbouw basisschool, Voortgezet Onderwijs en studenten***

De groepen 7 en 8 van de basisscholen in Deventer en omgeving vormen een belangrijke doelgroep van het Geert Groote Huis. In Deventer zijn 42 basisscholen gevestigd. In een straal van ongeveer 20 kilometer rondom Deventer zijn ongeveer 115 basisscholen gevestigd. In eerste instantie vormen de groepen 7 en 8 van zo'n 115 basisscholen de hoofddoelgroep van het Geert Groote Huis.

Voor de doelgroep jongeren tot achttien jaar wordt er gekeken binnen Deventer en omgeving.

In Deventer is er 1 middelbare school: het Eddy Hillesum Lyceum. Het Eddy Hillesum Lyceum heeft 6 vestigingen en er studeren ongeveer 4700 leerlingen. Daarnaast zijn er nog 20.000 jongeren tot achttien jaar die komen van middelbare- en voortgezette scholen uit de omgeving, met een straal van 20 á 25 kilometer om Deventer. Deze doelgroep bestaat in totaal uit ongeveer 40.000 personen.

Uit onderzoek blijkt, dat er in Deventer zo'n 6100 studenten aan de Saxion Hogeschool studeren.

Aan de ROC Aventus studeren ruim 3500 studenten. Dit betekent dat het aantal studenten dat in Deventer studeert, uitkomt op ruim 9.600.

## **Positionering**

In tegenstelling tot de meeste andere informatiecentra, zal het Geert Groote Huis ervoor zorgen dat de bezoeker meegesleept wordt in het gedachtegoed van Geert Groote en de daarbij passende thema's: „vrijheid van meningsuiting“ en „zorg voor de medemens“. Het Geert Groote Huis zal zich als dé gedenkplaats van het boegbeeld van Deventer, Geert Groote positioneren.

Het Geert Groote Huis onderscheidt zich van andere informatieve centra, door de bezoekers de hoofdrol te geven. De echte en de virtuele wereld zullen met elkaar verbonden worden. De zintuigen zullen geprikkeld worden en bezoekers zullen spelenderwijs veel over het gedachtegoed van Geert Groote ontdekken en leren. Door de kracht van interactieve media te benutten wordt het bezoek aan het Geert Groote Huis persoonlijker en onvergetelijk.

## **Marketingstrategie**

### ***Generieke strategie***

Het Geert Groote Huis dient te concurreren op differentiatie. Door in te spelen op de bezoeker die op zoek is naar toegevoegde waarde ten opzichte van een standaard museum of informatiecentrum, creëert het Geert Groote Huis een concurrentievoordeel ten opzichte van bijvoorbeeld het Historisch museum en het Speelgoedmuseum te Deventer. Het Geert Groote Huis positioneert zich als een

informatieve belevenis, waarin het zich onderscheidt door de hoge mate van interactiviteit met de bezoeker. Belangrijk voor de strategie is dat de bezoekers bereid zijn om tijdens het bezoek al spelenderwijs actief op zoek te gaan naar informatie.

### **Klantwaarde strategie**

Voor een strategie, gebaseerd op de waarde voor de bezoeker op basis van het dienstverleningsproces en de interactie tussen het Geert Groote Huis en bezoeker, is customer intimacy voor het Geert Groote Huis de beste optie. Deze strategie is gericht op relaties, waarbij het product op maat aan de klant wordt aangeboden, waardoor deze loyaler wordt en bereid is meer te betalen voor het product. De Stichting bouwt een vertrouwensband met de bezoeker/klant op en probeert meer uit de bestaande bezoekers/klanten te halen.

Door middel van relatiemarketing wordt dit resultaat bereikt.

Bezoekers en andere geïnteresseerden kunnen zich inschrijven als „vriend van Geert Groote“. Deze vrienden ontvangen elk kwartaal de nieuwsbrief, hierin worden zij op de hoogte gesteld van de nieuwste ontwikkelingen.

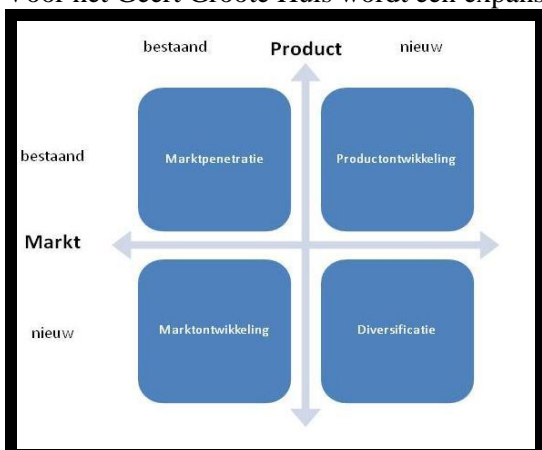
### **Strategische ontwikkelrichting**

Naast de strategische basis dient een strategische ontwikkelingsrichting gekozen te worden. Op dit moment zijn nog niet voldoende middelen voor handen om verder uit te bouwen. De waarde propositie dient in eigen beheer ontwikkeld te worden.

Bij het ontwikkelen van een strategie die tot een groter marktaandeel leidt – een zogeheten groeistrategie – is een voor de hand liggend begin om na te gaan of de huidige producten en markten potentie hebben voor een verhoging van de omzet. Er zijn vier mogelijke expansierichtingen die beschreven worden in het Ansoff model. In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar het Ansoff model en naar de mogelijkheid van de beste te volgen marketingstrategie voor het Geert Groote Huis.

De doelstelling van het Geert Groote Huis is:  
het jaarlijks verwelkomen van tenminste 20.000 bezoekers in het Geert Groote Huis.

Hoe gaan we de hier bovengenoemde doelstelling bereiken? Het Ansoffmodel dient als basis voor het bepalen van een goede marketingstrategie. Dit model bestaat uit vier mogelijke expansierichtingen. Voor het Geert Groote Huis wordt één expansierichting bepaald.



### **Ansoff Matrix**

Betekenis van de vier segmenten:

1) marktpenetratie: afzet van huidige producten op bestaande markten verhogen,

- 2) marktontwikkeling: bestaande producten op nieuwe markten aanbieden die nog niet bediend worden,
- 3) productontwikkeling: nieuwe producten/diensten ontwikkelen en deze afzetten op de bestaande markten,
- 4) diversificatie: nieuwe producten/diensten aanbieden op markten die nog niet door het bedrijf bediend wordt.

### **Bepaling marketingstrategie Geert Groote Huis**

Zoals uit de Productlevenscyclus al bleek, zit het Geert Groote Huis in de zogenaamde Introductiefase. Er komen nog geen bezoekers en er is nog geen omzet. Mensen moeten kennis maken met het nieuwe huis, pas daarna zal het GGH zich verplaatsen naar de groeifase. Een promotiecampagne kan zeer effectief zijn in deze fase.

Aangezien het Geert Groote Huis nog nooit operationeel geweest is, zal het Geert Groote Huis zich, met voor haar nieuwe producten richten op nieuwe markten, in het Ansoffmodel de optie diversificatie. Het Geert Groote Huis zal in de loop der jaren ook de strategieën marktpenetratie, productontwikkeling en marktontwikkeling proberen toe te passen.

Aan de hand van het Ansoffmodel volgt de volgende marketingstrategie voor het Geert Groote Huis in 2013-2014:

De marketingstrategie voor de het Geert Grootehuis in 2013-2014 is gericht op diversificatie: nieuwe producten/diensten aanbieden. De organisatie probeert te groeien door 'new business' te ontwikkelen: men gaat zich met **nieuwe producten** richten op niet eerder benaderde **marktsegmenten**

### **Marketingmixinstrumenten**

Om het toekomstige marketingbeleid in kaart te brengen, zullen de 5p's uitgebreid toegelicht worden.

#### **1. Product**

Het Geert Groote Huis valt binnen de museumbranche. Het zal de bezoeker verrassen door de wijze waarop zij de bezoeker van informatie voorziet. De bezoeker zal op een interactieve wijze meer over het gedachtegoed van Geert Groote en de daaraan gerelateerde thema's te weten komen.

#### **2. Prijs**

##### **Entreegelden**

Eén van de voorwaarden die de Stichting heeft gesteld, is dat de entreprijs geen drempel mag vormen voor potentiële bezoekers.

Uit enquêteresultaten is gebleken, dat liefst 60,2% van de geënquêteerden bereid is om €2,50 tot €5,- aan entreegeld te betalen voor de toegang tot het Geert Groote Huis. Ruim 16% van de geënquêteerden is bereid €5,- tot €7,50 te betalen en een kleine 9% is zelfs bereid om €7,50 tot €12,50 te betalen.

Slechts zo'n 11% heeft maximaal €2,50 over voor een bezoek aan het Geert Groote Huis.

Op basis van de enquêteresultaten zijn de entreprijzen als volgt vastgesteld:

*Kinderen van 0 tot 4 jaar*

Gratis

*Jongeren van 5 tot 17 jaar*

€3,-

*Studenten*

€3,- Op vertoon van een geldige collegekaart

*Volwassenen*

€6,-\*

### *Schoolgroepen*

€1,00 per persoon

### *Groepen volwassenen van meer dan 10 personen*

€3,50 per persoon

Omdat de Stichting het erg belangrijk vindt dat ook de jongeren een bezoek aan het Geert Groote Huis brengen, zijn de entreprijzen voor zowel schoolgroepen, jongeren als studenten sterk gereduceerd.

### **Winkeltje**

In de Geert Groote winkel zullen de producten tegen een relatief hoog bedrag verkocht worden. Alle producten worden in een gelimiteerd aantal geproduceerd, waardoor de kostprijs hoog zal zijn. Het Geert Groote Huis hanteert een gemiddelde winstmarge van 200%. Bij telefonische navraag bij Science Center NEMO, blijkt dat zij ook een dergelijke marge hanteren.

### **Zaalverhuur**

De hoogte van de prijs die de Stichting Geert Groote Huis voor het verhuren van de Geert Groote zaal vraagt, zal afhankelijk zijn van de vraag. In eerste instantie zal de prijs zo'n €50,- per dagdeel bedragen. De zaal heeft een oppervlakte van circa 30 vierkante meter.

### **Lezingen en presentaties**

De lezingen en presentaties zullen vooral ter bevordering van de kennis over Geert Groote en de daaraan verbonden naamsbekendheid gegeven worden. Scholen hebben echter een bepaald budget, waarvan zij de Stichting kunnen betalen.

### **3. Plaats**

Het Geert Groote Huis is gevestigd aan het Lamme van Diesseplein in de binnenstad van Deventer. De oude crypte is volledig gerestaureerd

Het Lamme van Diesseplein zal door de Gemeente Deventer in het voorjaar van 2013 volledig heringericht worden.. In de toekomst is er wellicht een uitbreiding van het Geert Groote Huis mogelijk door het naastgelegen „Koetshuis“ bij het Geert Groote Huis te betrekken.

De locatie is gevestigd in de binnenstad van Deventer en is prima bereikbaar. Vanaf het centraal station Deventer is het slechts zo'n 5 tot 10 minuten lopen naar het Geert Groote Huis. In de binnenstad en de omgeving daarvan, is er voldoende parkeergelegenheid aanwezig.

### **4. Promotie**

Het is de bedoeling dat Geert Groote, als persoon duidelijk in de binnenstad van Deventer 'aanwezig' is.

Door middel van promotie wil de Stichting ervoor zorgen dat:

1. de naamsbekendheid verhoogd wordt,
2. de activiteiten die de Stichting zowel binnen als buiten het Geert Groote Huis aanbiedt bij het publiek bekend worden,
3. de inwoners van Deventer en omgeving regelmatig met het Geert Groote Huis geconfronteerd zullen worden,
4. ten aanzien van de promotionele activiteiten heeft de Stichting de beslissingsbevoegdheid over de inhoud van de campagne.

### **Mogelijkheden voor promotie zijn:**

- Door een samenwerkingsverband met het VVV kantoor in Deventer te sluiten, is het mogelijk om het Geert Groote Huis in de folders van het VVV-Deventer op te nemen.

- In Deventer wordt een aantal grote evenementen gehouden zoals het Dickensfestival, Deventer op Stelten en de boekenmarkt. Deze evenementen trekken erg veel bezoekers. Tijdens en rondom deze evenementen zullen vrijwilligers van het Geert Groote Huis flyers uitdelen ter promotie van het Geert Groote Huis.
- Het Geert Groote Huis, zal in het halfjaarlijkse informatieblad „Collatie“ een artikel met betrekking tot de opening van het Geert Groote Huis publiceren. Dit informatieblad staat volledig in het teken van de Moderne Devotie en heeft 600 vaste abonnees.
- De focus zal liggen op het verkrijgen van naamsbekendheid via gratis marketingkanalen. Met gratis wordt bedoeld: marketingkanalen die buiten tijd om geen extra investeringen vereisen. Er zijn natuurlijk een aantal investeringen vereist voordat deze gratis kanalen benut kunnen worden. Denk hierbij aan een correcte positionering die via een professionele huisstijl en een goede website gecommuniceerd wordt.
- Het Geert Groote Huis, zal in haar eigen folder uitgebreid aandacht besteden aan de mogelijkheden tot het boeken van speurtochten en wandelingen. De speurtochten en wandelingen zijn zowel aan de balie in het Geert Groote Huis, als online te boeken.
- Door de samenwerking met het VVV-Deventer aan te gaan, zal het Geert Groote Huis haar activiteiten ook via de VVV-Deventer promoten.
- Op de website zal er speciaal aandacht worden besteed aan de mogelijkheid tot het huren van de Geert Groote Zaal. De zaal is aan de balie in het Geert Groote Huis, telefonisch en online te reserveren. De beschikbaarheid zal op de website weergegeven worden, dit als service naar de geïnteresseerden.
- Het Geert Groote Huis zal bij de uitgang de bezoeker informeren over de mogelijkheid om ‘vriend van Geert Groote’ te worden. Ter plaatse zal de bezoeker zich voor ten minste €20,- in kunnen schrijven als ‘vriend van Geert Groote’.
- Ook op de website zal er aandacht worden besteed aan de mogelijkheid om ‘vriend van Geert Groote’ te worden.
- Tijdens de Geert Groote Dag zal de Stichting ‘Vrienden Geert Groote Huis’ met een stand aanwezig zijn.
- De officiële opening van het bezoekerscentrum van het Geert Groote Huis, zal via social media, flyers en persberichten aangekondigd worden.
- Tijdens de openingsfestiviteiten, zal er geprobeerd worden om een aantal ondernemers bij de Geert Groote Huis-activiteiten te betrekken.
- Verder zal er duidelijk aandacht worden besteed aan de mogelijkheden voor zowel bedrijven als particulieren om het Geert Groote Huis te ondersteunen. Dit alles zal plaatsvinden in een feestelijke, informele bijeenkomst. Geïnteresseerden hebben tevens de mogelijkheid elkaar hierbij te ontmoeten.
- Een aantal vormen van sociale media die ingezet worden zijn: Facebook, Twitter, LinkedIn en Hyves.
- Het rondsturen van een nieuwsbrief aan de Vrienden van het Geert Groote Huis vindt 1 keer per kwartaal plaats. Dit gebeurt zowel per e-mail als per post om er zeker van te zijn dat de nieuwsbrief alle ‘vrienden’ bereikt. De Stichting hoopt met de nieuwsbrief de betrokkenheid van de bestaande vrienden te vergroten. In de nieuwsbrief zal er bijvoorbeeld aandacht worden besteed aan de werving van vrijwilligers.

## **5. Personeel**

### **Betaalde(parttime) manager**

Het Geert Groote Huis is momenteel volledig van vrijwilligers afhankelijk. Wanneer het bezoekerscentrum van het Geert Groote Huis daadwerkelijk geopend is, zal er één betaalde manager aangesteld worden.

### **Vrijwilligers / werkgroepen**

Naast de aan te nemen manager, zullen er enkele tientallen extra vrijwilligers geworven worden.