

## Risicoanalyse The Essential

### SWOT-analyse

<b>Sterke punten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Meer dan 25 jaar ervaring</li><li>- Kunstenaarsduo dat elkaar aanvult</li><li>- Hybride beroepspraktijk: kunstenaars gebruiken opdrachtwerk om vrij werk te realiseren én laten opdrachtwerk aansluiten bij vrij werk</li><li>- Sterke artistieke focus en wilskracht</li><li>- Unieke vorm van het werk ontstaan uit de virtuele ontmoeting</li><li>- Groot netwerk zowel in de kunstensector als de zakelijke markt</li></ul>	<b>Zwakke punten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Bescheiden mensen</li><li>- Kunstenaarsduo is ook met elkaar getrouwd: bestaat het werk nog als ze onverhoopt niet meer samenzijn?</li><li>- Marketing van The Essential staat in de kinderschoenen</li><li>- Meerjarig artistiek plan mist meerjarige planning</li><li>- Vorm is niet voor alle personages geschikt, waardoor veel portretten de eindselectie niet halen</li><li>- Netwerk wordt te ad hoc geïnformeerd en ingezet</li></ul>
<b>Kansen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Toevoeging van producent met frisse en zakelijke blik waardoor groei mogelijk is</li><li>- Door toegankelijkheid van The Essential kunnen makkelijk verbindingen gelegd worden met andere sectoren, zoals zorg en goede doelen, en andere disciplines, zoals film.</li><li>- Internet als middel om nieuw, ander en breder publiek aan te spreken</li><li>- Spin off filmstills &gt; groter bereik onder particulieren</li></ul>	<b>Bedreigingen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Afhankelijkheid van derde partij voor kennis van marketing en planning</li><li>- Markt voor kunst in de openbare ruimte staat onder druk</li><li>- Product 'videokunst' spreekt particulieren niet aan</li><li>- Online programmering en spin off filmstills moeten ook geïntegreerd worden, meerwerk buiten de expertise van de kunstenaars</li><li>- Inzet op 2 subsidiestromen om The Essential naar volgend niveau te tillen</li></ul>

### Risico's

'Videokunst' is een moeilijk cultureel product. Particulieren hangen nauwelijks een film op in huis, online programmering van de portretten kent geen verdienmodel.

De Riebeeks hebben in het verleden op een heel organische manier opdrachtwerk en vrij werk gecombineerd. Ze kwamen vrij 'moeiteloos' aan nieuwe opdrachten. Door de veranderde markt moeten ze actief zichzelf gaan verkopen en dat is een heel nieuwe kant van hun beroepspraktijk die ze moeten ontwikkelen. Plannen, tijd nemen om nieuwe markten en kansen te bewerken en op te volgen is daarbij key.

De inkomstenkant van The Essential is met name gebaseerd op bijdragen van presentatieplekken en opdrachten. Deze twee klantsegmenten hebben een lang aanloop en acquisitietraject voordat er (financieel) resultaat wordt geboekt. Een producent met groot gevoel voor marketing en communicatie die een meerjarenplan ontwikkelt en dat samen met Martin en Inge Riebeek uitvoert is van wezenlijk belang om die segmenten te bereiken.

De kennis van deze producent moet ook bijdragen aan een ontwikkeling van Martin en Inge Riebeek op zakelijk vlak. De wil om dit te leren is er, de toekomst moet uitwijzen of het bij hen past.

Wil The Essential naar topniveau getild worden, dan moet de beroepspraktijk van de kunstenaars anders ingericht worden. Dit is een risico, omdat ze op een andere manier moeten leren werken. Daarnaast richten de kunstenaars zich op twee subsidiestromen om The Essential naar een next level te tillen, te weten het Mondriaan Fonds en Brabant C. Mochten deze aanvragen niet toegekend worden, dan betekent dat we geen ontwikkeling naar een volgend niveau in onze beroepspraktijk kunnen realiseren. We zullen het project op een laag pitje moeten zetten. We zullen het project niet loslaten, maar we zullen ons wel moeten beraden of de ambities die we hebben met het project realistisch zijn. We hebben ons bewezen, met een hybride beroepspraktijk, met een netwerk in presentatieplekken en opdrachtgevers, maar om topniveau te bereiken is een financiële impuls onontbeerlijk.