



Cultuurconnect

Strategisch plan gedeelde basisinfrastructuur cultuurcentra

Cultuurconnect



Waarom dit project	2
1.1 Doelstellingen van een gedeelde digitale infrastructuur voor cultuurcentra	2
1.2 ticketingsysteem als instappunt	5
Management summary haalbaarheidsstudie	7
2.1 Inzichten over het huidig gebruik	10
2.2 Vraag en bereidheid tot samenwerking	12
Scenario's voor schaalvergroting	13
3.1 Evaluatie minimale en disruptieve scenario	13
3.2 Evaluatie hybride scenario door Cultuurconnect	14
3.3 Evaluatie incrementeel scenario door Cultuurconnect	15
3.4 Voorkeursscenario Cultuurconnect	16
Van een gedeeld ticketingsysteem naar een bovenlokaal digitaal ecosysteem	19
Kengegevens potentiële markt	21
5.1 Ticketing	21
5.2 Website	22
Budget en stappenplan	23
6.1 Stappenplan	23
6.2 Budgettair kader	24

1. Waarom dit project

1.1 Doelstellingen van een gedeelde digitale infrastructuur voor cultuurcentra

Cultuurconnect wil cultuur- en gemeenschapscentra ondersteunen en begeleiden in het scherpstellen en waarmaken van hun doelen in de digitale samenleving. Uit de visienota 'Een Vlaams cultuurbeleid in het digitale tijdperk' van minister Gatz: 'Om digitale culturele content op een efficiënte manier voor iedereen beschikbaar en toegankelijk te maken, is een gedeelde infrastructuur nodig. Met infrastructuur wordt het geheel aan hardware, software en diensten bedoeld die het digitale ecosysteem vormgeven. Een gezamenlijke, gedeelde infrastructuur kan vorm krijgen door een centraal beheerd systeem (...), maar ook door het samenbrengen van middelen of kennis waarmee culturele organisaties eigen systemen tegen betere voorwaarden op de markt kunnen aankopen.'

Cultuurconnect maakt vanuit haar opdracht en in lijn met de visienota graag werk van de ontwikkeling van een gedeelde digitale infrastructuur en bijhorende schaalvergroting voor cultuurcentra, en streeft daarbij volgende doelen na:

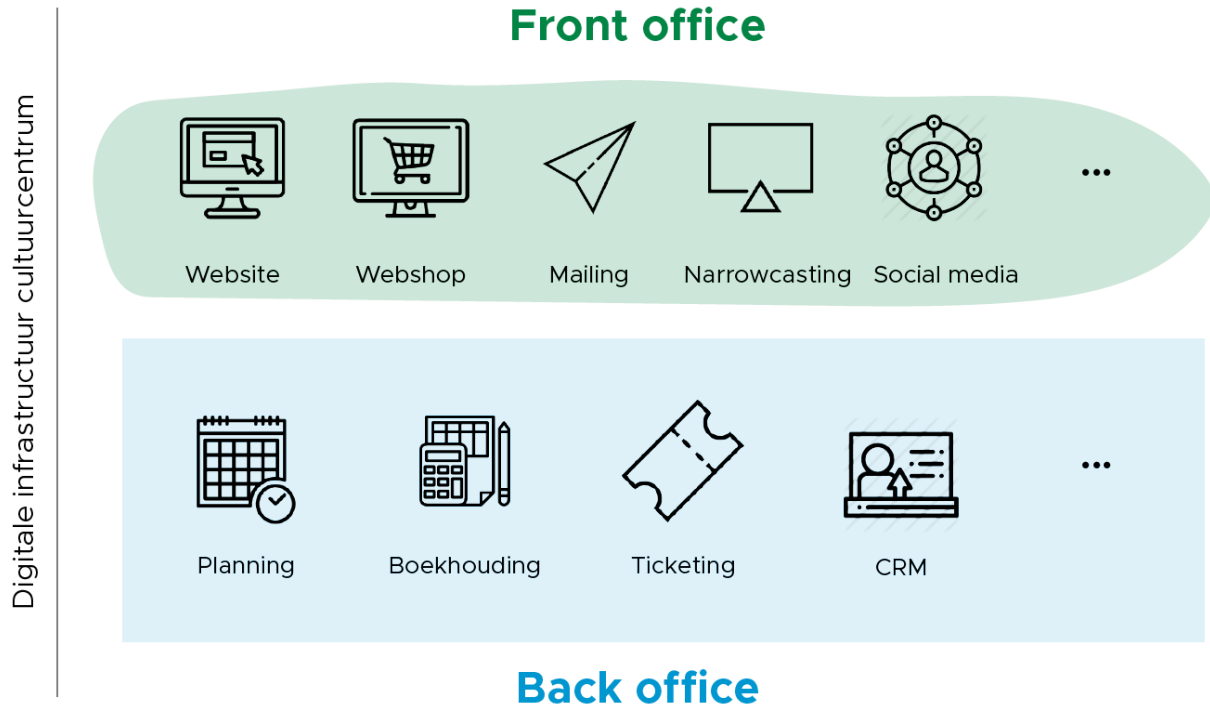
- de digitale innovatiekracht van de cultuurcentra verhogen
- online ervaring van bezoekers verbeteren
- de samenwerking tussen cultuurcentra bevorderen
- betere koppelingen tussen systemen leggen
- betere integratie met Vlaamse projecten als CCinCijfers en de UitPas
- de cultuurcentra ontzorgen van IT-taken door professionele ondersteuning op bovenlokaal vlak te bieden (contractmanagement,...)
- het rendement van de lokale investeringen in digitale infrastructuur optrekken door schaalvergroting en professionaliseringswinsten
- voorwaarden creëren voor een efficiëntere interne werking

Cultuurconnect staat de centra bij met technische expertise en ontzorgt hen van de uitbouw, het onderhoud en beheer van hun digitale infrastructuur waardoor tijd vrijkomt om (sterker) te focussen op hun kernactiviteiten:

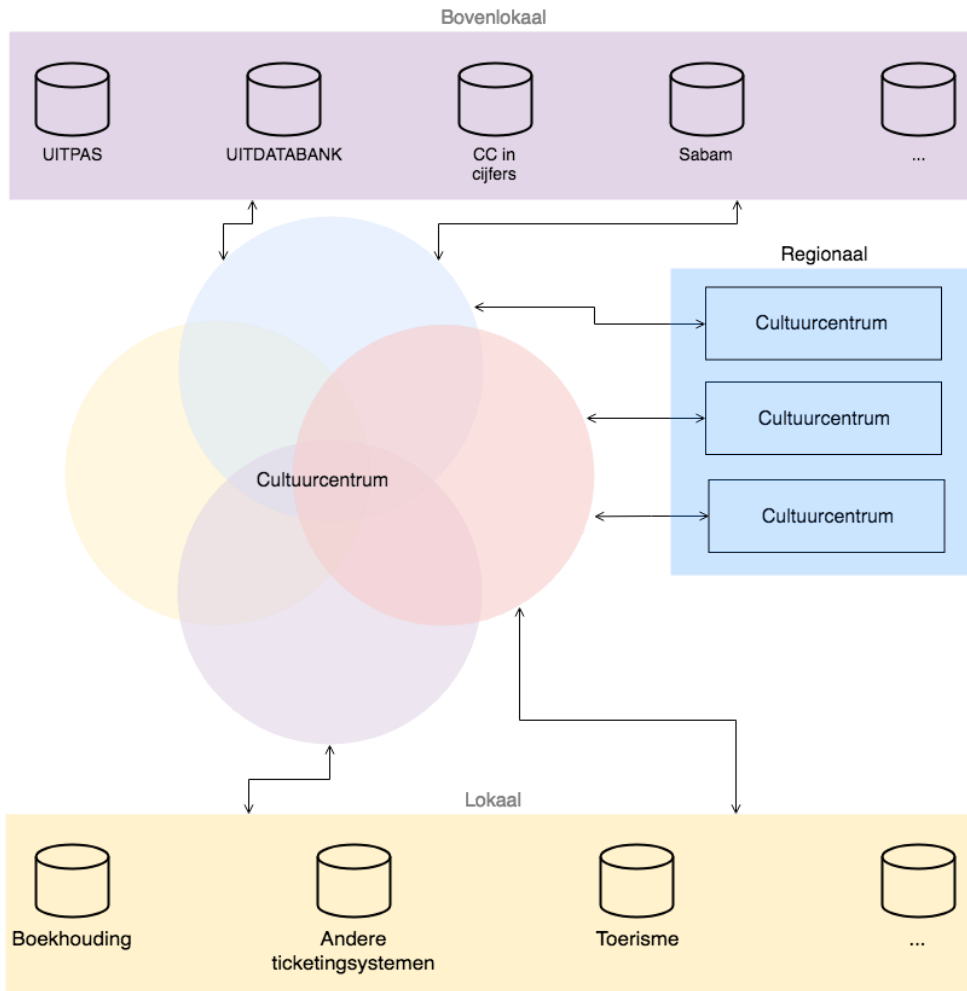
- artistieke werking
- contentcreatie
- publiekswerving en -werking

- talentontwikkeling
- lokale verankering
- innovatief regionaal cultuurbeleid
- ...

Een gedeelde digitale infrastructuur voor cultuurcentra bestrijkt volgende componenten (gebruikerssystemen):



De digitale infrastructuur van cultuurcentra staat niet alleen, maar connecteert op verschillende manieren met tal van andere functies en systemen (lokaal, bovenlokaal, regionaal):



De digitale infrastructuur voor cultuurcentra moet dus in een ruimer kader bekeken worden en moet rekening houden met koppelingen en integraties op verschillende niveaus:

- systemen van cultuurcentrum onderling
De digitale omgeving van een cultuurcentrum bestaat uit verschillende systemen van verschillende leveranciers die onderling niet of weinig geïntegreerd zijn. Afstemmen van verschillende systemen en centraliseren van data is een voorwaarde voor een efficiëntere werking, communicatie en gebruikerservaring.
- koppelingen met systemen van gemeentelijke diensten (lokaal)
Vaak zijn cultuurcentra nauw verweven met gemeentelijke diensten en maken zij gebruik van gemeentelijke systemen zoals het boekhoudpakket. Verder is er ook derdenverkoop door organisaties als Uitbureau of een toeristische dienst. Daarnaast worden de eigen systemen, bv. de webshop, soms ook gedeeld met andere afdelingen zoals sport en jeugd. Deze hebben eigen noden waarmee rekening gehouden moet worden bij een gedeeld gebruik van een systeem.

- koppelingen op Vlaams niveau (bovenlokaal)
Voor aggregatie van data op Vlaams niveau.
- koppeling met andere cultuurcentra (regionaal)
Uitwisseling van data met andere cultuurcentra om gemeenschappelijke communicatie, abonnementen en netwerkverkoop mogelijk te maken.

1.2 Ticketingsysteem als instappunt

Als vertrekpunt voor een proces van schaalvergroting van de digitale infrastructuur lijkt de ticketing het meest aangewezen:

- Ieder cultuurcentrum heeft een ticketingsysteem
In alle cultuurcentra wordt gebruikgemaakt van een ticketingsysteem. Het ticketingsysteem is het hart van de ticketverkoop en vervult een cruciale rol binnen de werking van de centra. Zonder ticketingsysteem zijn er geen inkomsten. De winsten en voordelen van schaalvergroting op het vlak van ticketing komen potentieel alle centra ten goede.
- Een ticketingsysteem bepaalt niet de identiteit van een centrum
Een ticketingsysteem wordt voornamelijk gebruikt in de backoffice en geeft geen vorm aan de “smoel” van een cultuurhuis. In de sector, die nog niet vertrouwd is met Cultuurconnect, leeft de bezorgdheid dat je door centralisatie inboet aan eigen identiteit en maatwerk. Als we de schaalvergroting aanvatten vanuit de voor het publiek meer zichtbare systemen (website, mailing ...) zou deze oefening mogelijk op weerstand botsen. Ticketsystemen hebben slechts één onderdeel dat aan de voorzijde zichtbaar is, nl. de webshop. De webshop is bij de meeste leveranciers aanpasbaar met de eigen ‘couleur locale’ van het centrum. Het risico op weerstand omwille van bezorgdheden om de eigen (online) identiteit is kleiner.
- Dienstverlening ondermaats en duur
Bij navraag in de sector blijkt dat veel centra niet tevreden zijn over de dienstverlening van de ticketsystemen. Recent waren er nog serieuze problemen bij de start van de seizoensverkoop van een aantal centra (Mechelen, Oostende, Heist-op-den-berg ...).
Bijkomend worden de kosten van de ticketsystemen als hoog ervaren en het onderliggende bedrijfsmodel van de ticketingleverancier als moeilijk hanteerbaar. De kosten worden immers vaak (deels) berekend op basis van verkochte tickets.

Bijgevolg stijgen de kosten naarmate er meer tickets verkocht worden. Hoe succesvoller het centrum, hoe hoger de kost.

- Problemen met huidige leveranciers

Het afgelopen jaar werd een aanzienlijk deel van de cultuurcentra geconfronteerd met problemen met hun huidige ticketingleverancier. Er is duidelijk nood bij de centra aan een professioneler leveranciersmanagement. Door het (meer) centraliseren van ticketing kan Cultuurconnect deze rol opnemen en de noodzakelijke ondersteuning ter zake voorzien, zodat centra worden ontzorgd van deze uitdaging en kunnen terugvallen op een sterke juridische basis en externe ondersteuning door een professionele dienstenleverancier uit hun eigen midden.

- Voorwaarde voor bepaalde vormen van samenwerking

Veel cultuur- en gemeenschapscentra willen graag samenwerken of doen dat al op vlak van programmering, communicatie ... Een gezamenlijke technische infrastructuur, zoals een ticketingsysteem, komt al heel wat minder voor. Nochtans zou dit systeem bepaalde ambities qua samenwerking vereenvoudigen, zoals gemeenschappelijke communicatie, regio-abonnementen, netwerkverkoop of derdenverkoop door organisaties als UiTbureau of een toeristische dienst.

Onderzoek van Cultuurconnect in samenwerking met de centra van regio Wacco en regio Zone C toont aan dat met name volgende samenwerkingsvormen als interessant en gewenst worden ervaren.

- een digitale plek die het aanbod van alle centra bundelt, gekoppeld aan een gezamenlijke communicatiestrategie tijdens het lopende seizoen
- een regionaal abonnement
- last-minute tickets in de regio
- een maandelijks subscription model voor het mindere mainstream aanbod (cfr [WeArePublic](#) in NL)

Om deze toepassingen om te zetten in goede ervaringen voor de eindgebruikers, is het essentieel dat de ticketingprocessen van de verschillende centra samengevoegd of minstens goed geïntegreerd zijn.

2. Management summary haalbaarheidsstudie

Cultuurconnect heeft Dialogic en FORALLMEDIA gevraagd een haalbaarheidsonderzoek uit te voeren om zicht te krijgen op de mogelijkheden en belemmeringen voor (regionale) samenwerking in de aanschaf van een ticketingsysteem voor Vlaamse en Brusselse cultuur- en gemeenschapscentra.

De volgende hoofdonderzoeksvraag werd geformuleerd:

In welke mate is bij Vlaamse en Brusselse cultuur- en gemeenschapscentra een meer gecentraliseerde aanpak van ticketing haalbaar en wenselijk en wat is de impact op integratie met andere applicaties?

De inzichten werden verworven op basis van desk studies en interviews onder cultuur- en gemeenschapscentra en leveranciers van ticketingsystemen, aangevuld met de uitkomsten van een enquête onder cultuur- en gemeenschapscentra. 52 personen hebben de enquête volledig ingevuld en afgerond.

2.1 Inzichten over het huidig gebruik

Essentiële en aanvullende functionaliteiten

Binnen de huidige processen en systemen van de ticketsystemen is er een onderscheid tussen de essentiële en aanvullende functionaliteiten.

Essentiële functionaliteiten

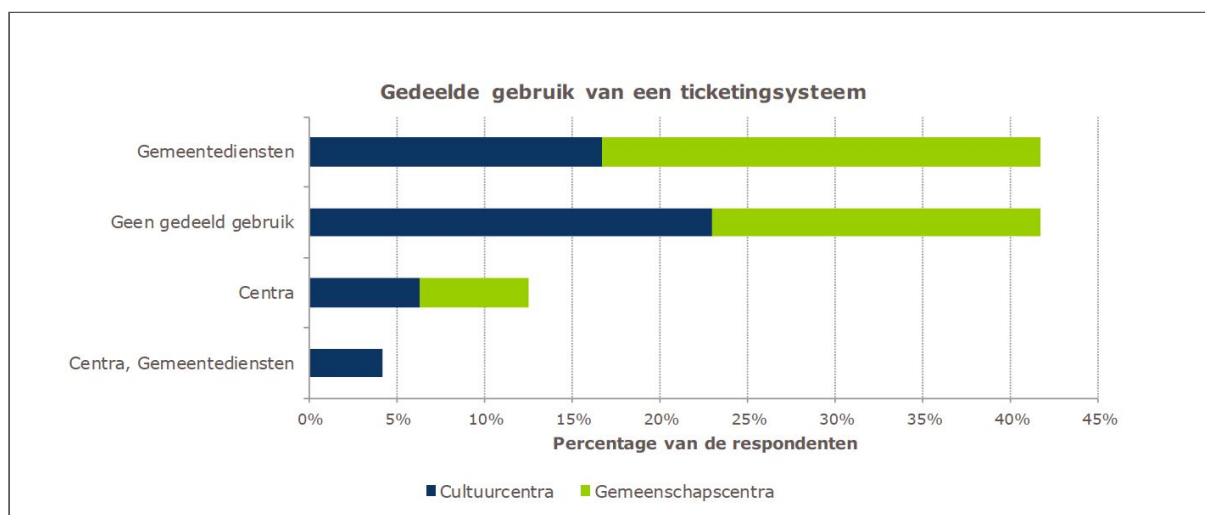
De essentiële functionaliteiten van een ticketingoplossing zijn onder andere evenementenbeheer, klantbeheer, de webshop, een balie-applicatie, zaaltoegang, rapportage en marketing. Uit de enquête komt naar voren dat zo'n 70% tot 80% van de centra gebruikmaakt van deze basisfunctionaliteiten.

Aanvullende functionaliteiten

Naast de essentiële functionaliteiten zijn er ook nog een aantal aanvullende functionaliteiten. Het gaat om gedeeld gebruik met gemeentelijke diensten, de koppeling met externe systemen en de netwerkverkoop.

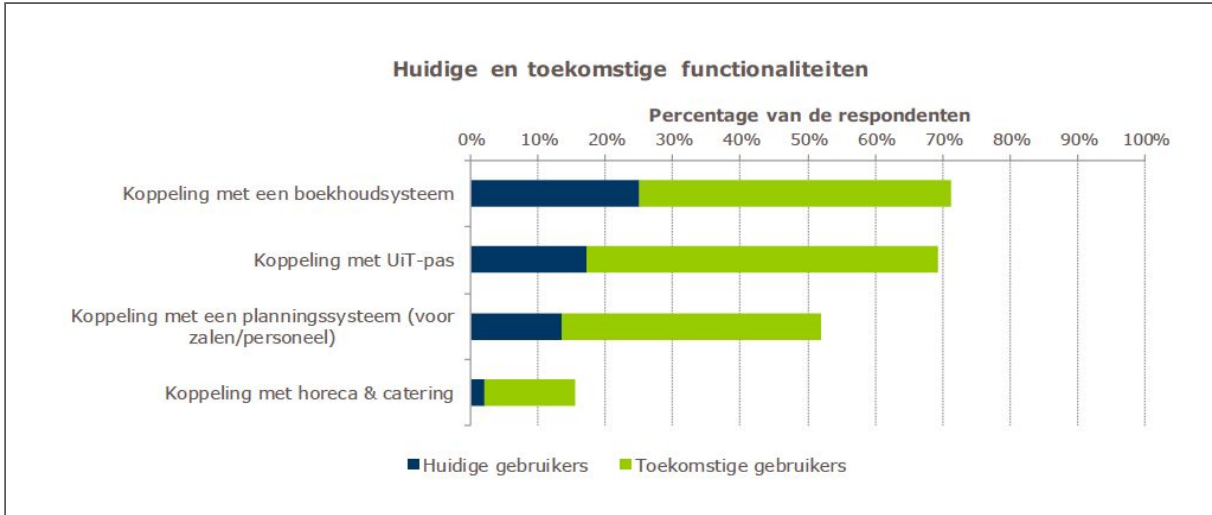
Gedeeld gebruik met gemeentelijke diensten

Van de ondervraagde cultuur- en gemeenschapscentra deelt 41% het ticketingsysteem met een gemeentelijke dienst. Daarbij is het aandeel van cultuurcentra dat hun ticketingsysteem deelt net zo hoog als bij gemeenschapscentra.



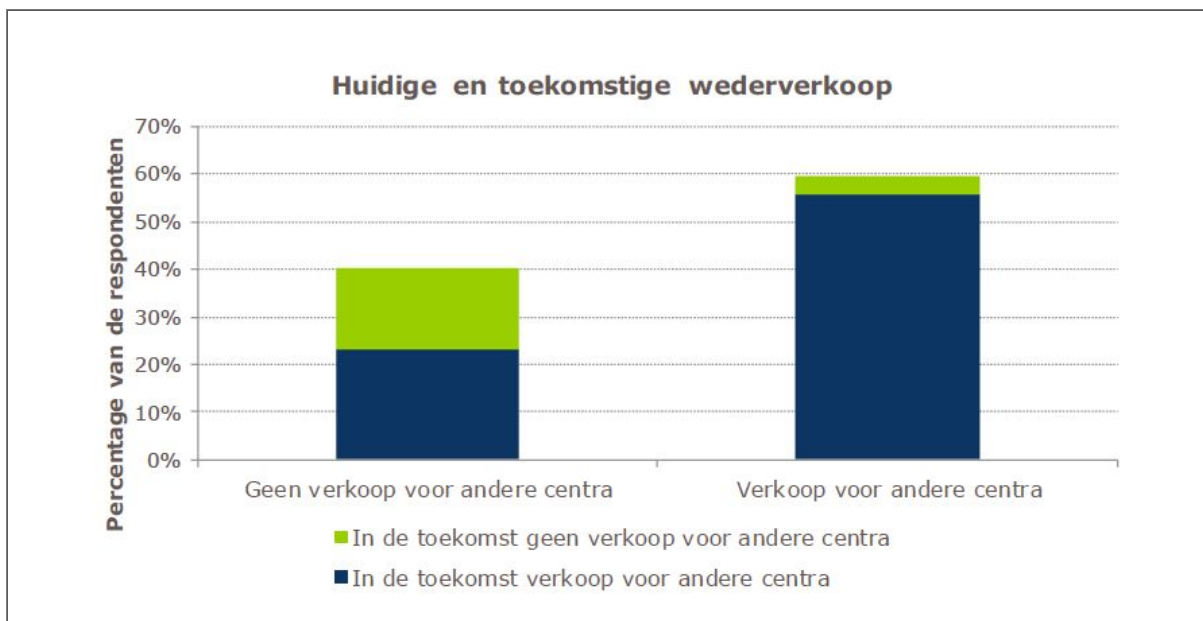
Koppelingen met externe systemen

Koppelingen met externe systemen worden op dit moment nog maar beperkt gebruikt. De meest voorkomende koppeling is die met boekhoudsystemen (25%) gevolgd door de UiTPAS (17%) en het planningssysteem (13%). De koppeling met externe systemen wordt echter wel door veel centra gewenst. Naast de centra die al een koppeling hebben met het boekhoudsysteem, wenst nog eens 46% van de centra hier in de toekomst gebruik van te maken. Vergelijkbare percentages zijn terug te vinden bij de koppeling met UiTPAS (52%) en planningssysteem (38%).



Netwerkverkoop

Uit de enquête blijkt dat 60% van de respondenten op dit moment al tickets verkoopt voor andere centra. Van deze 60% wil het grootste gedeelte ook in de toekomst tickets verkopen voor andere centra (56%). Slechts een klein deel (4%) van de centra wil in de toekomst geen tickets meer verkopen voor andere centra, ondanks dat ze dit nu al doen. Aangevuld met de respondenten die momenteel nog geen tickets verkopen voor andere centra, is bijna 80% van de ondervraagde centra van plan om in de toekomst tickets te verkopen voor andere centra. Om dit mogelijk te maken is een functionaliteit van netwerkverkoop binnen de gedeelde infrastructuur vereist.



Generiek versus gespecialiseerd ticketingsysteem

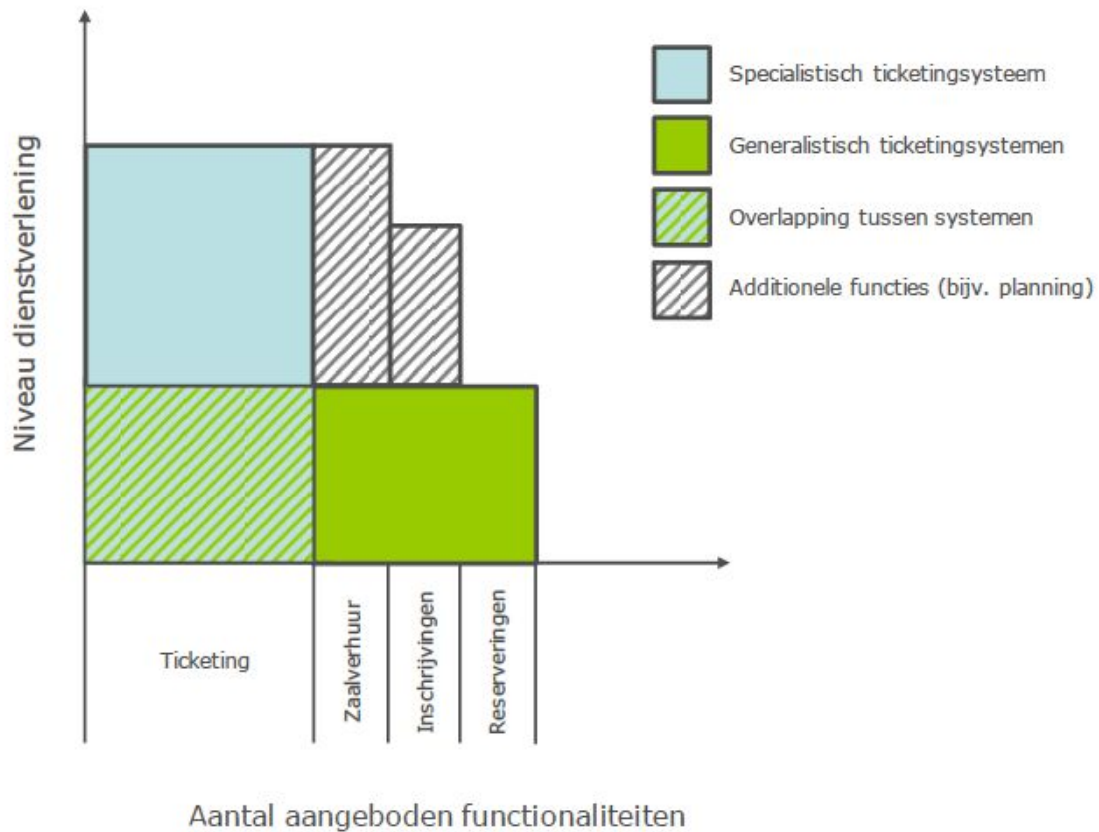
De onderzoekers keken ook naar het onderscheid tussen de verschillende soorten ticketingsystemen. Daarbij is een opdeling te maken tussen twee soorten van ticketingsystemen, nl. generieke en gespecialiseerde ticketingsystemen.

De generieke ticketingsystemen maken vaak onderdeel uit van een breder softwarepakket waarin naast ticketing, ook andere modules zijn opgenomen, zoals inschrijvingen voor kinderopvang, huur van sportaccommodaties en sportvelden, en toegang tot zwembaden. Voorbeelden zijn Recreatex, Kwandoo ...

Gespecialiseerde ticketingsystemen richten zich enkel en alleen op ticketing. In de gespecialiseerde ticketingsystemen ontbreken onder meer functionaliteiten voor zaalverhuur en inschrijvingen. Voorbeelden zijn Ticketmatic, SRO ...

Uit de enquête komt naar voren dat de centra met een gespecialiseerd ticketingsysteem vaker gebruik maken van de meer innovatieve elementen van een ticketingsysteem, zoals een app voor het scannen van tickets en gerichte marketing op basis van rapportages. De centra met een generiek ticketingsysteem maken vaker gebruik van de traditionele elementen van een ticketingsysteem zoals de baliemodule (o.a. voor telefonische verkoop

van tickets). Hoewel gespecialiseerde en generieke systemen ook een grote mate van overlap hebben in functionaliteit, verschilt vooral het niveau van dienstverlening en de mate waarin functionaliteiten daadwerkelijk worden gebruikt.



Desondanks blijken de generieke systemen voor een grote groep gebruikers van groot belang en niet zomaar te vervangen door een gespecialiseerd systeem. De 'brede' functionaliteiten, zoals huur van zalen (kinderopvang) en (sport)locaties, en inschrijving voor specifieke diensten (kinderopvang, zwembles) en overige activiteiten (scholing, etc.), worden immers niet door een gespecialiseerd ticketing systeem aangeboden.

2.2 Vraag en bereidheid tot samenwerking

De Vlaamse cultuur- en gemeenschapscentra staan over het algemeen positief tegenover samenwerking op het gebied van ticketing, en tegenover een zekere schaalvergroting van ticketingsystemen.

Centra verwachten voordelen van schaalvergroting op het vlak van inkoop (kosten, positie ten opzichte van de leverancier van ticketingsystemen). De meeste toegevoegde waarde verwachten ze op het vlak van innovatie in ticketing, de bezoekerservaring, koppelingen met andere systemen en kosten, professionalisering van ondersteuning en leveranciersmanagement. Dit zijn stuk voor stuk de functionaliteiten waarbij enig schaalniveau helpt om tot een goede oplossing te komen, met andere woorden om de leverancier te kunnen bewegen deze te ontwikkelen.

Indien ticketing op een bovenlokale schaal wordt georganiseerd, ontstaat ook een grote pool interessante data die kansen biedt voor benchmarking, marketing, edm. Verwachting is wel dat cultuurcentra zelf de communicatie naar hun klanten willen blijven doen en dit niet wensen uit te besteden aan een centrale instantie en/of gezamenlijk kanaal.

Uit de interviews, een tweetal workshops en de enquête komt naar voren dat er grote interesse bestaat onder cultuur- en gemeenschapscentra voor bepaalde vormen van schaalvergroting, waarbij 60% van de respondenten verwacht voordelen te behalen uit centrale ticketing en meer dan 85% verwacht dat de bezoeker daarvan zal profiteren. Circa 20% van de respondenten staat sceptisch ten opzichte van centralisering en verwacht in de eigen organisatie nadelen te ondervinden. Ook de mogelijke verdere samenwerking met Cultuurconnect op dit punt geeft een vergelijkbaar beeld. Ruim 80% is bereid tot samenwerking met Cultuurconnect op het gebied van ticketing, waarvan ongeveer 40% onder voorwaarden. Ongeveer 18% is negatief over de beoogde samenwerking. Als belangrijkste argument geven ze aan veel aanpassingen te moeten doorvoeren bij een overgang naar een (meer) gecentraliseerd ticketingsysteem. Tijdens de interviews werd meermaals gewezen op de (verwachte) complexiteit om bovenregionaal met één systeem aan alle wensen te kunnen voldoen, met name door kleinere instellingen. Sommige zijn tevens bezorgd dat hun wensen onvoldoende zullen worden meegenomen.

3. Scenario's voor schaalvergroting

Een viertal scenario's om tot meer gecentraliseerde ticketing te komen werden onderzocht, net als de toekomstige positie en rolinvulling van Cultuurconnect in elk van deze scenario's.

- **Minimaal scenario:** Cultuurconnect sluit een raamcontract met één ticketingspeler. Centra die willen, kunnen hierop intekenen, zonder zelf nog een overheidsopdracht te moeten uitschrijven. Deze vorm van groepsaankoop moet toestaan economische winsten te boeken en een kwalitatiever leveranciersmanagement te realiseren.
- **Incrementeel scenario:** Cultuurconnect sluit een contract met één ticketingspeler. Bij de aanvang van het project wordt bij voorkeur een kleine startgroep gevormd van centra met gelijkwaardige behoeften. Samenwerking binnen deze beperkte kopgroep vormt een showcase om het nut van samenwerking aan te tonen aan de andere centra en stakeholders.
- **Hybride scenario:** Cultuurconnect sluit een contract met minimaal twee ticketingspelers en connecteert twee bovenlokale systemen onderling, een gespecialiseerd en een generiek ticketingsysteem. Hierbij wordt tegemoetgekomen aan de twee belangrijke 'kampen' onder de cultuur- en gemeenschapscentra.
- **Disruptief scenario:** In dit scenario wordt gekozen voor één centraal systeem (vergelijkbaar met het Eengemaakte Bibliotheeksysteem) dat ineens voor alle centra wordt uitgerold. De regionale tussenstap of kleinschalige proeftuinfase wordt overgeslagen.

3.1 Evaluatie minimale en disruptieve scenario

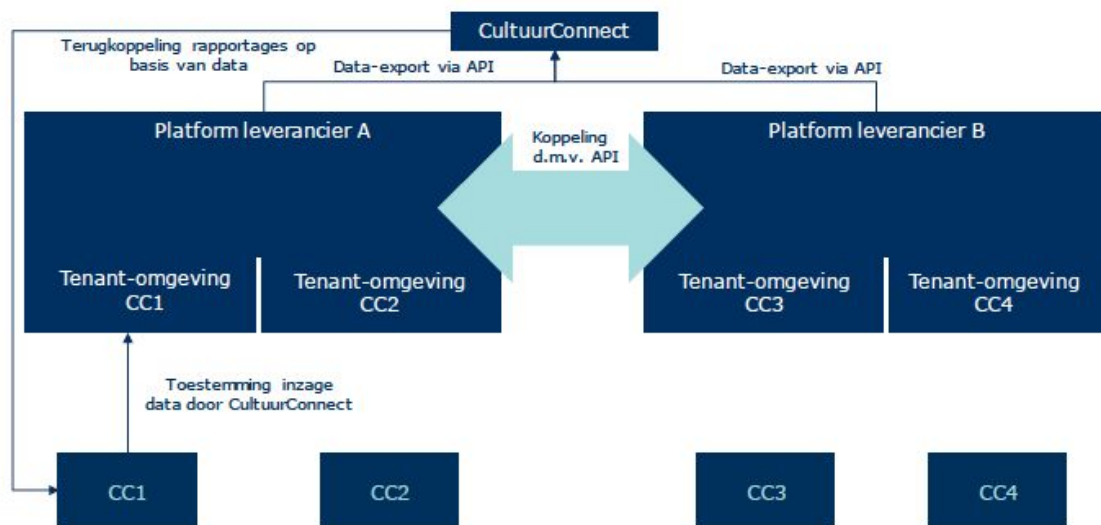
Als we de vier scenario's onderling vergelijken, is het minimale scenario weliswaar technisch en bestuurlijk zeer goed haalbaar, maar in dat geval wordt de doelstelling om ticketing te centraliseren ten behoeve van betere samenwerking, harmonisatie/standaardisatie van systemen en ontwikkeling van innovatieve diensten waarschijnlijk het minst bereikt.

Andersom lijkt het centraal gestuurde disruptieve (big bang) scenario directer naar het gewenste doel te leiden, maar ondervindt het onderweg vooral bestuurlijke en organisatorische hindernissen die de haalbaarheid van dit scenario zeer bemoeilijken.

Realistischer zijn de twee tussenscenario's die een hoge graad van haalbaarheid hebben en tegelijkertijd de doelen van de schaalvergroting effectief realiseren.

Dialogic zelf heeft een lichte voorkeur voor het hybride model.

3.2 Evaluatie hybride scenario door Cultuurconnect



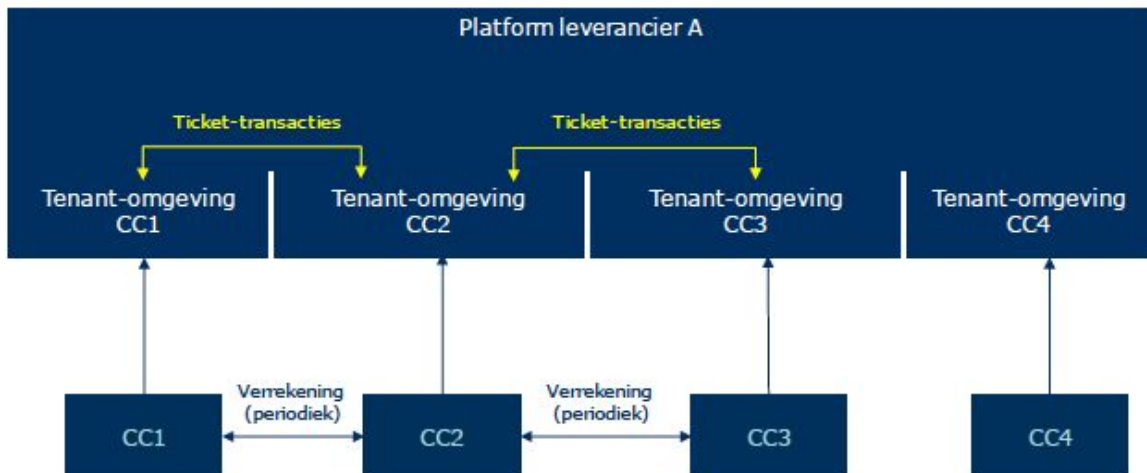
Cultuurconnect sluit een contract met minimaal twee ticketingspelers en connecteert de systemen onderling. Hierbij wordt tegemoetgekomen aan de twee belangrijke 'kampen' onder de cultuur- en gemeenschapscentra: centra met gespecialiseerde en generieke ticketsystemen.

Het scenario met de hybride variant heeft schaalvoordelen (dekt 2 gebruikersgroepen), maar kent ook enkele uitdagingen.

In het hybride scenario wordt er gekozen om zowel een generiek als een gespecialiseerd ticketingsysteem te ondersteunen. In de praktijk vraagt dit van Cultuurconnect een grote investering, omdat voor beide systemen en gelijkaardig traject afgelegd moet worden. Ook zal de keuze voor 2 systemen de ontwikkelingen en innovatiekracht afremmen ten opzichte van een architectuur met 1 gedeeld systeem en moeten de beschikbare middelen qua investeringen en mankracht over 2 systemen verdeeld worden. Ten slotte is de koppeling van 2 onderlinge ticketsystemen complex, tijds- en arbeidsintensief en een extra single point

of failure in de architectuur (i.e. een component die bij niet-functioneren kritieke processen in het digitale ecosysteem lamlegt).

3.3 Evaluatie incrementeel scenario door Cultuurconnect



Incrementeel scenario: Cultuurconnect sluit een contract met één ticketingspeler.

Bij de aanvang van het project wordt bij voorkeur een kleine startgroep gevormd van centra met gelijkwaardige behoeften. Samenwerking binnen deze beperkte kopgroep vormt een showcase om het nut van samenwerking aan te tonen aan de andere centra en stakeholders.

Deze oplossing lijkt technisch het snelst te realiseren, biedt meer ruimte voor innovatie en vergt een minder complexe aanbestedingsroute.

Bij dit scenario stelt zich de vraag welk type van ticketingsysteem wordt gekozen om verder uit te werken: gespecialiseerd of generiek.

3.4 Voorkeursscenario Cultuurconnect

Cultuurconnect prefereert een scenario waarbij vertrokken wordt van een gespecialiseerd systeem.

De extra functionaliteiten van een generiek ticketingsysteem die eigen zijn aan vrijetijdsdiensten, zoals huur van zalen (kinderopvang) en (sport)locaties, en inschrijving voor specifieke diensten (kinderopvang, zwemles) en overige activiteiten (scholing, etc.) ... worden via deze piste niet opgenomen. In dit geval zal de initiële doelgroep kleiner zijn, dan bij de hybride oplossing, met mogelijk uiteindelijk een geringer bereik onder kleinere cultuur- en gemeenschapscentra.

Argumentatie voor gespecialiseerd systeem:

- Specialisering ipv verbreding

De opdracht van Cultuurconnect situeert zich in het cultuurdomein. Onze organisatie beschikt niet over voldoende expertise binnen de verschillende andere terreinen van vrijetijd (sport, jeugd ...). De generieke ticketsystemen zijn gemaakt op maat van gemeentediensten die verschillende domeinen (jeugd, sport, cultuur ...) van vrijetijdsbesteding combineren. Op systeemniveau zijn er weinig raakvlakken op gebied van functionaliteiten tussen deze domeinen. Toch hebben bouwers van deze systemen een breed palet van functionaliteiten ontwikkeld om aan deze diverse noden proberen te voldoen. In de praktijk zien we echter dat het niet mogelijk is om over de hele breedte voldoende kwaliteit te leveren. Door te focussen op de (door)ontwikkeling van een beperkt maar gespecialiseerd aantal functionaliteiten eigen aan cultuurcentra ontstaat meer ruimte voor innovatie en verdieping.

- Nieuwe markt

Er is een opportuniteit om op termijn met een gespecialiseerd ticketingsysteem een 'nieuwe markt' aan te boren van grotere kunsthuzen en musea, verenigingen voor amateurkunsten, socio-culturele organisaties, enz. Dit zou kunnen passen in een verbreding van de doelgroep van Cultuurconnect.

- APPificatie & best of breed

In de huidige markt merk je een verschuiving van een monolithische aanpak, waarbij een pak functionaliteiten gebundeld wordt in één pakket, naar een verticale (atomaire) oplossing. Met deze verticale oplossingen leveren bedrijven een sterk en kwalitatief product om het hoofd te bieden aan (internationale) concurrentie. Je doet één ding op de best mogelijke manier.

In dit kader verwijzen we graag naar het boek 'Digital Transformation' van Jo Caudron & Dado Van Peteghem.

“In die verticale wereld is het de norm om je op slechts één idee of functie te concentreren, waarrond een optimale gebruikerservaring wordt gecreëerd. (...)

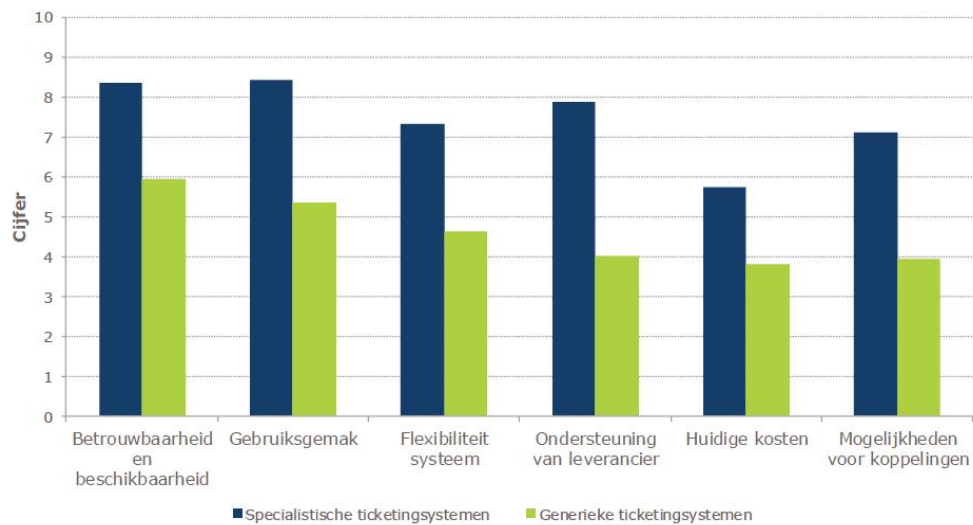
Op dat vlak kunnen we veel leren van de strategie die Facebook hanteert. Telkens als Facebook een groot merk overkoopt, besluit het dat aan te houden als een sterke verticale lijn naast de hoofdactiviteit, de Facebookomgeving. Het probeert de aanwinst niet in de kernfunctionaliteit te integreren, iets wat bedrijven in het verleden ongetwijfeld hadden gedaan.”

In het belang van een goede user journey binnen de digitale dienstverlening van een cultuurcentrum is het aangewezen om verschillende functionaliteiten over verschillende domeinen van elkaar te scheiden, en per functie de meest kwalitatieve of meest gespecialiseerde systemen binnen hun domein te kiezen.

De kunst bestaat erin om volgens het *best of breed*-principe de juiste systemen samen te brengen in één ecosysteem en met elkaar te laten samenwerken. Daarom is het belangrijk in dit verhaal om verder te kijken. Binnen welk ecosysteem zal het ticketingsysteem functioneren? Op welke manier staat het ticketingsysteem toe om te koppelen met andere systemen? Wat is de overlap qua functionaliteiten met andere systemen?

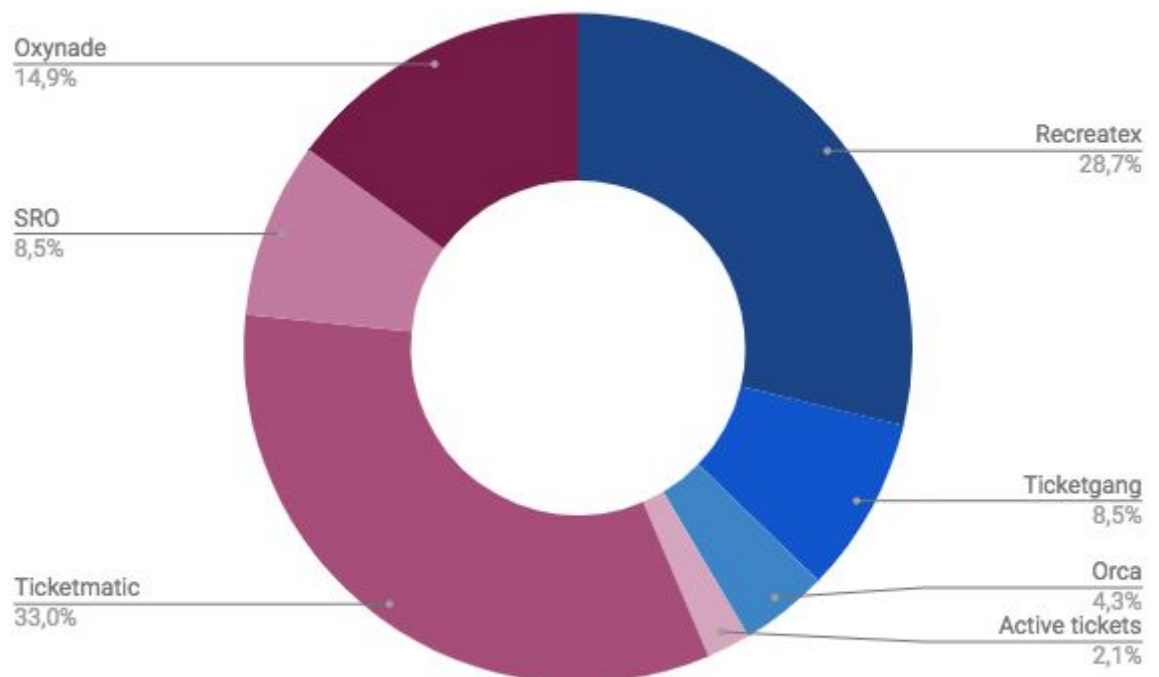
- Tevredenheid hoger bij gespecialiseerde systemen

Uit de enquête blijkt dat de centra met een specialistisch ticketingsysteem meer tevreden zijn met hun ticketingsysteem dan de centra die een generiek ticketingsysteem gebruiken.



- Aandeel cultuurcentra met gespecialiseerd systeem is hoger

Volgens de afgenomen enquête werkt 59% van de cultuurcentra met een gespecialiseerd ticketingsysteem (roze), tegenover 41% met een generiek systeem (blauw).

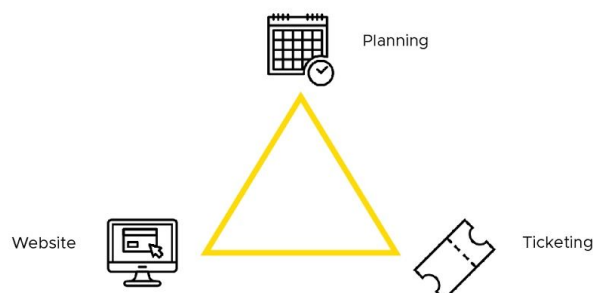


4. Van een gedeeld ticketingsysteem naar een bovenlokaal digitaal ecosysteem voor cultuurcentra

Zoals eerder aangeven bij de keuze voor een gespecialiseerd ticketingsysteem ligt de kracht van een sterk ecosysteem volgens Cultuurconnect in de keuze voor *best of breeds* systemen per component/functie, maar zeker ook in een kwalitatieve verwevenheid van de systemen en bijhorende uitwisseling van data. De zoektocht naar een kwalitatief en gespecialiseerd ticketingsysteem kan je daarom niet los zien van het ecosysteem waarin het later een plaats zal vinden. Een globale schaalvergroting van het volledige ecosysteem is op dit moment organisatorisch weinig haalbaar. Toch is het belangrijk om reeds vooraf het ecosysteem in kaart te brengen en een referentiearchitectuur uit te tekenen als leidraad voor verdere keuzes.

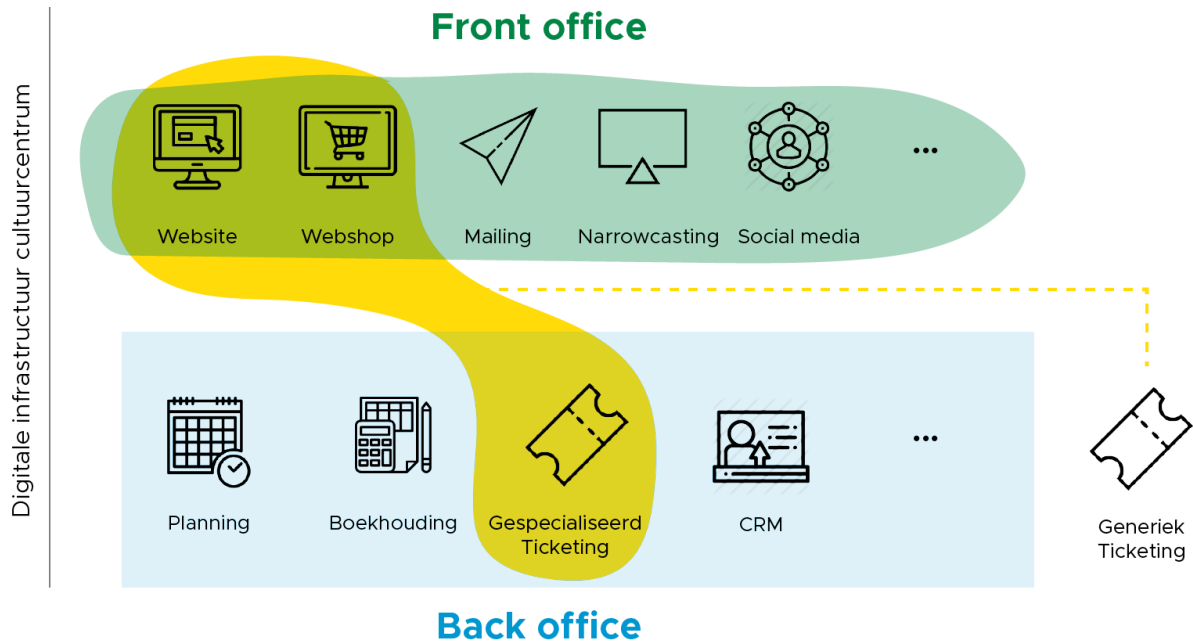
Doorheen het strategisch proces en het consulteren van verschillende stakeholders werd duidelijk dat de configuratie en relaties tussen de verschillende componenten cruciaal zijn. Louter vertrekken vanuit één systeem (zoals ticketing) zonder de impact van andere systemen in kaart te brengen lijkt een te nauwe aanpak. Om zicht te krijgen op de volledige infrastructuur dienen als eerste stap en in de komende maanden de werkprocessen en verschillende datastromen in kaart gebracht te worden.

Bij grotere centra en kunsthuisen zien we een terugkerende opstelling van de digitale infrastructuur waarbij de koppeling tussen planningsysteem, ticketingsysteem en website (marketingplatform) een centrale as vormen binnen de digitale infrastructuur.



Bij vele andere centra zien we ook die nauwe verwevenheid tussen ticketing en website.

Directe link tussen ticketing en website



Doorheen het voortraject en door gesprekken met de sector gaven heel wat centra aan redelijk tevreden te zijn met hun ticketingsysteem. Toch geven zij ook aan minder tevreden te zijn over de huidige webshops, het front-end gedeelte van het ticketingsysteem. Ticketingleveranciers beschikken veelal niet over de expertises die nodig zijn om een goede e-commerce website te bouwen, dit behoort niet tot hun core-activiteiten. Op dit moment zijn cultuurcentra genoodzaakt om de webshop af te nemen van de ticketingleverancier, zelf een webontwikkelaar in de hand te nemen of gebruik te maken van een marketingplatform* (waarvan de website een onderdeel is) nemen. Het resultaat is vaak suboptimaal.

Als een schaalvergrotingsproject rond ticketing wordt opgezet, moet in functie van een goede eindgebruikerservaring zeker ook de webshop en bij uitbreiding de website onder handen genomen worden. Beide kunnen niet los van elkaar gezien worden.

Om tegemoet te komen aan de vraag van de 'generieke centra' zouden ook zij de website als een product (beperkte versie) afnemen en koppelen met hun eigen ticketingsysteem. Hierin zouden dan de meest gebruikte systemen ondersteund worden (recreatex, kwandoo

...). Op termijn streven we ernaar om alle centra voor de full option oplossing te enthousiasmeren.

*Een voorbeeld van een marketingplatform is Peppared. Naast een website bieden zij ook functionaliteiten voor mailing, CRM, narrowcasting ... Het platform biedt mogelijkheden om te koppelen met andere systemen. Daarbij centraliseren ze de data uit de verschillende onderliggende systemen, waardoor centra hun aanbod en communicatie gepersonaliseerd en doelgericht kunnen afstemmen op de eindgebruiker.

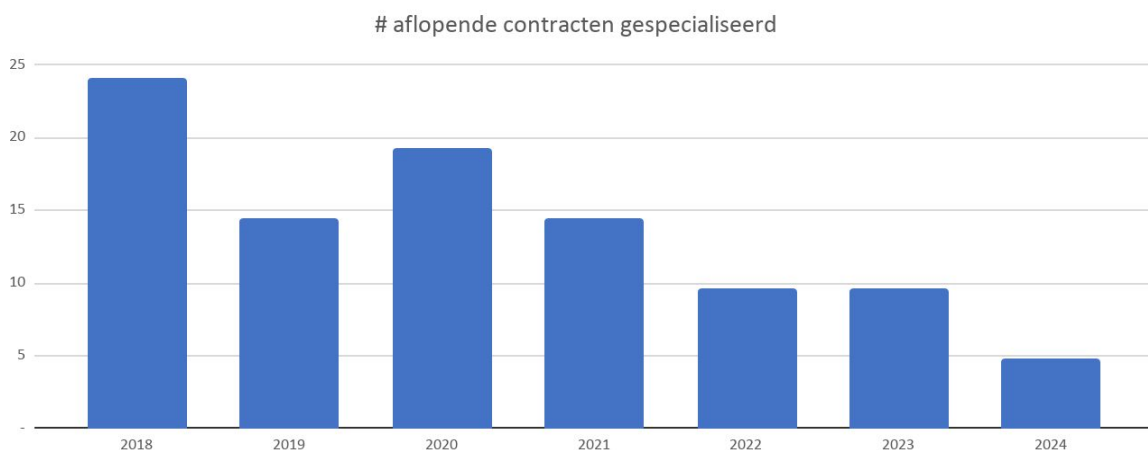
5. Kengegevens potentiële markt

5.1 Ticketing

Hoeveel centra kunnen potentieel meestappen in dit verhaal? In totaal zijn er 69 cultuurcentra in Vlaanderen en nog eens 94 gemeenschapscentra (22 in Brussel - VGC).

96 van de 163 (59%) centra werken momenteel met een gespecialiseerd systeem. Het aandeel cultuurcentra dat werkt met een gespecialiseerd systeem ligt ongeveer even hoog als bij de gemeenschapscentra.

Onderstaande grafiek geeft het aantal contracten van gespecialiseerde systemen weer die in de komende jaren aflopen. Dit is een extrapolatie op basis van cijfers uit de bevraging in het kader van de haalbaarheidsstudie, hieruit werd het aandeel gefilterd voor de gespecialiseerde systemen.



Daarnaast zien we de laatste 2 jaar een verschuiving in de markt van generieke naar gespecialiseerde ticketsystemen. Het aandeel van de gespecialiseerde ticketsystemen steeg van 47% in 2016 naar 59% in 2018, voornamelijk door toedoen van Ticketmatic (18% naar 33%). We verwachten dat het aandeel van gespecialiseerde systemen in toekomst verder zal toenemen en onze markt zal verbreden.

Naast cultuur- en gemeenschapscentra ziet Cultuurconnect een opportuniteit om op lange termijn een nieuwe markt aan te boren van kunsthuisen en musea.

5.2 Website

Voor de website richten we ons op de volledige markt. Centra met een generiek ticketingsysteem kunnen de website als een apart product afnemen en koppelen met hun eigen ticketingsysteem. Hierin zouden dan de meest gebruikte systemen ondersteund worden (recreatex, kwandoo,...). Op termijn streven we ernaar om alle centra voor de full option oplossing te enthousiasmeren.

6. Budget en stappenplan

6.1 Stappenplan

Communicatie naar stakeholders - najaar 2018

Communiceren van strategisch plan en plan van aanpak naar belanghebbenden zoals stuurgroep, Raad van Bestuur, medewerkers Cultuurconnect, kabinet en sector.

Functionele analyse - start december 2018

Een gedetailleerde behoeftescan maken van de cultuur- en gemeenschapscentra en in kaart brengen van de werkprocessen. Een referentiearchitectuur van de voorkeursoplossing uitwerken.

Marktonderzoek - start april 2019

Opstellen van een definitief bestek (pakket van eisen) aan de hand van een lastenboek. Een RFI ('request for information') kan daarbij veel relevante leveranciersinformatie opleveren.

Selectie proeftuin - optioneel

Bij de aanvang van het project wordt bij voorkeur een kleine startgroep gevormd van centra met gelijkwaardige behoeften. Samenwerking binnen deze beperkte kopgroep moet een showcase vormen om het nut van samenwerking aan te tonen aan de andere centra en stakeholders.

Aanbesteding (2019)

Vorbereiding van offertevraag en onderzoek naar welke aanbestedingsvorm de meest geschikte is voor het beoogde doel. Met als uiteindelijk doel het indienen van de offertevraag en gunning.

Inrichten van basisinfrastructuur - pilot (2020)

Starten vanuit een kleine startgroep van een 10-tal centra om te testen en vertrouwen te wekken bij andere centra.

Uitrollen naar sector (2021 - ...)

Gefaseerde uitrol naar alle andere centra die intekenen.

Proeftuin innovatie (2021 - ...)

Experimenteren met enkele deelnemende instellingen met nieuwe functionaliteiten, gebruiksmogelijkheden, data-analyse en bijbehorende rapportages. Eens de pilot opgestart is in 2020, kan die onmiddellijk daarna ook fungeren als proeftuin voor verdere innovatie. Van zodra er een pilot is, kan het innovatiespoor in parallel gezet worden met de verdere uitrol in de sector.

6.2 Budgettair kader

Het werkbudget voor ticketing in de komende 4 jaar (2018-2021) bedraagt 1.730.000 euro, deze middelen zijn onze investeringsmiddelen. Eens gelanceerd moet de uitbating van het product gebeuren in een breakeven-model door middel van recurrente inkomsten van de cultuurcentra.

2018	2019	2020	2021
€ 530.000,00	€ 600.000,00	€ 400.000,00	€ 200.000,00

Aanwervingen - kritieke randvoorwaarde

Om het ontwikkeltraject te realiseren moet er extra mankracht voorzien worden om mee te lopen naast de projectverantwoordelijke (Jotie). Hiervoor worden 2 extra VTE's aangeworven, startende vanaf januari 2019. Deze 2 VTE worden gedurende 3 jaar gefinancierd uit het investeringsbudget ($2 \times 76.320/\text{jaar} \times 3 \text{ jaar} = \text{€}457.920$). Na 3 jaar (in 2022) start de recurrente exploitatie. Objectief is om de personeelsinzet van deze medewerkers vanaf dan te financieren binnen het recurrente (breakeven) betaalmodeel voor deelnemende centra.

Consultancy

Tijdens de cruciale stappen in het eerste jaar is er nood aan externe expertise om medewerkers en projectteam bij te staan binnen specifieke domeinen, waar kennis niet in het projectteam gevonden kan worden. Domeinen kunnen variëren van functionele analyse tot marktverkenning en lastenboek uitschrijven. Daarom wordt er voorzien in het inkopen van deze expertise d.m.v. 80 dagen consultancy. Het gaat om één of verschillende consultants die input kunnen bieden binnen de verschillende domeinen. $850 \text{ eur/dag} \times 80 = 68.000 \text{ euro}$

Licentiekost tijdens pilot

Om centra warm te maken om mee in een piloot te stappen en het financiële risico voor hen zo laag mogelijk te houden, voorziet Cultuurconnect in een tegemoetkoming in de kost (1.500 euro/md) tijdens de proefperiode. Voor deze pilot kunnen maximaal 10 centra (bij voorkeur in één regio) intekenen op het ticketingsysteem en websiteplatform voor een periode van 10 maand. $10 \text{ centra} \times 10 \text{ maanden} \times 1.500 \text{ euro} = 150.000 \text{ euro}$.

Recurrente kosten

De recurrente kosten bij de leveranciers worden doorgerekend naar de centra samen met de personeelskost voor het recurrente onderhoud van de systemen. Door middel van groepsaankoop is het de intentie om de recurrente kost bij de leverancier zwaar te laten dalen.

Investeringskosten

Kosten die worden voorzien om de systemen door te ontwikkelen, koppeling te leggen met andere systemen en onderling, en voor de uitbouw van het ecosysteem. Werkingskost - overige kosten = €1.054.080

Now we have a strategic plan, let's do things!