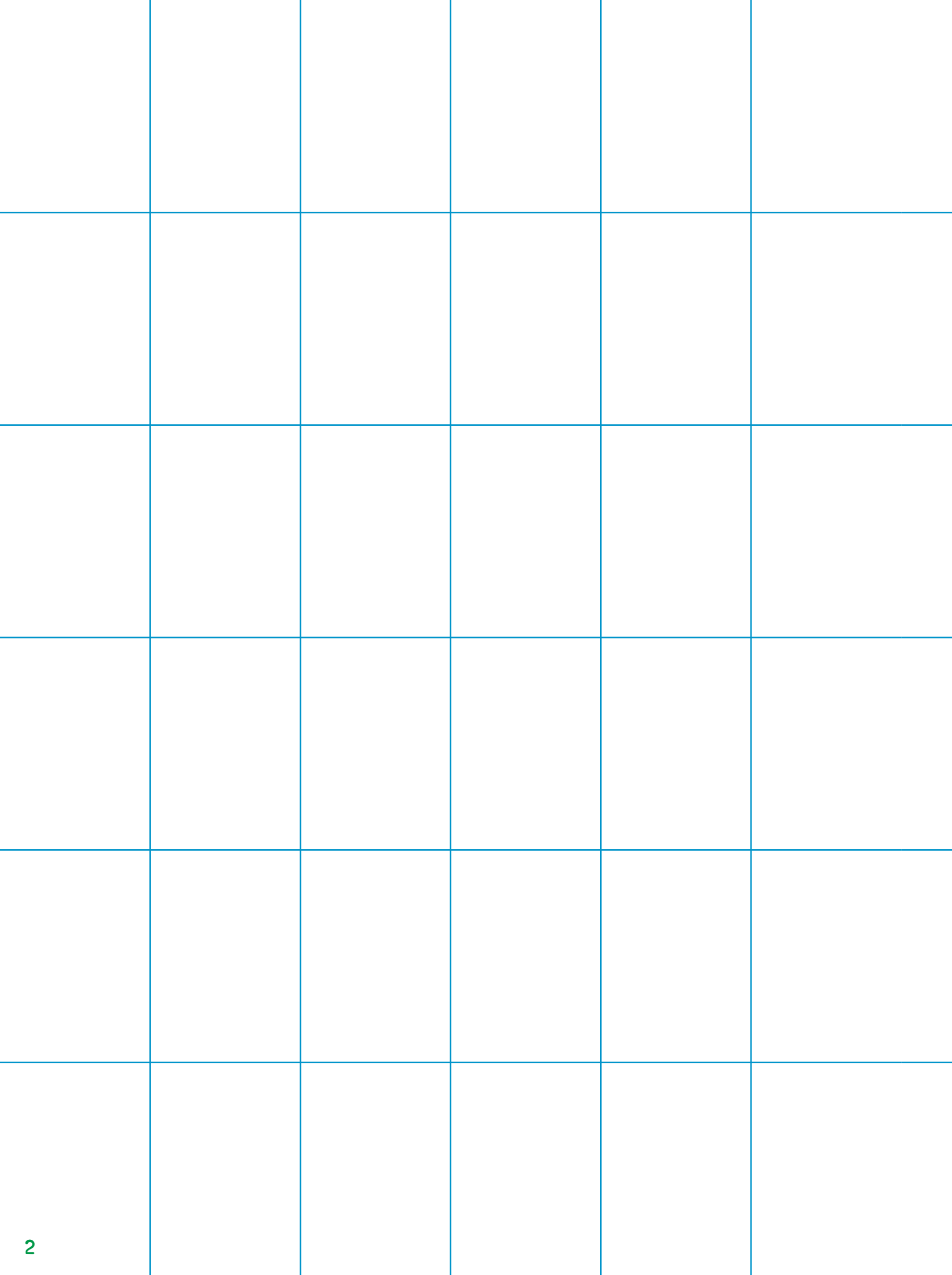




JAARPLAN OYFO 2023



oyfo



Inhoudsopgave	
Inleiding	4
Onze doelen voor 2023	6
1. Herkenbaarheid en zichtbaarheid	6
2. Aansprekend aanbod	8
3. Een duurzame en inclusieve organisatie	10
4. Divers publiek	12
5. Bouwen aan een community	13
6. Samenwerken	15

Inleiding

Na een aantal bewogen jaren met een fusie, een verhuizing en waarin iedereen te maken kreeg met Covid'19, is het nu tijd voor focus en om keuzes te maken. Oyfo heeft medio 2022 het Meerjarenbeleidsplan 2023-2026 geschreven waarin met een frisse blik richting de toekomst een nieuwe ambitie is opgesteld.

De komende vier jaar staan in het teken van plezier en spelen, waarbij we het maximale potentieel van Oyfo benutten door ons aanbod in de basis zo goed, aantrekkelijk en laagdrempelig mogelijk te maken, waardoor ons publiek ons telkens weer opnieuw weet te vinden.

Om dit te bereiken hebben we zes strategische doelstellingen opgesteld. 2023 wordt het eerste jaar waarin we uitvoering geven aan dit Meerjarenbeleidsplan. Vol vertrouwen en met een enthousiast team gaat Oyfo met deze ambities aan de slag.

In dit jaarplan staan de doelen van Oyfo voor 2023 geformuleerd.

Lous Kerkhof
Directeur-bestuurder Oyfo



Onze doelen

1. Herkenbaarheid en zichtbaarheid

We zetten Oyfo op de kaart door ons profiel voor onze huidige en potentiële doelgroepen op een herkenbare en zichtbare manier door te vertalen in alles wat we doen.

Waarom deze strategie:

Nu Oyfo zijn plek heeft gevonden aan het Hazemeijer, kan iedereen zien wat Oyfo is en wat je er kan doen. Men kan nu ervaren waar Oyfo voor staat en wat Oyfo te bieden heeft. Het is dus belangrijk om zichtbaar te zijn met alles wat we doen. In Hengelo én daarbuiten.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

1. Als Oyfo willen we de komende 4 jaar meer en meer naar buiten treden om daarmee letterlijk zichtbaarder te zijn. Hiervoor willen we buiten de muren van Oyfo activiteiten organiseren of deelnemen aan andere activiteiten die passen bij het profiel van Oyfo.
2. Om zichtbaar en herkenbaar te zijn voor de buitenwereld, wordt het verhaal van Oyfo door medewerkers en vrijwilligers goed uitgedragen in woord, gedrag en beeld. Zij zijn de motor van de organisatie: onze eigen ambassadeurs.
3. Om bij te dragen aan de herkenbaarheid en zichtbaarheid van ons profiel, bepalen we de positionering van de Oyfo Shop en de arrangementen waarmee we het grote potentieel van de winkel en de arrangementen gaan benutten.

In 2023:

- Gaan we drie activiteiten buiten de muren van Oyfo organiseren die passen bij ons profiel.
- Hebben alle medewerkers en vrijwilligers met een publieke functie bedrijfskleding.
- Hebben we minimaal één keer per jaar een training waarin we alle medewerkers en vrijwilligers opleiden en voorzien van kennis om het verhaal van Oyfo goed te kunnen uitdragen en daardoor ambassadeur kunnen zijn van Oyfo.
- Organiseren we minimaal één inspiratie sessie waarbij relevante doelgroep
- Onderzoeken we hoe we onze doelgroep nog beter kunnen bereiken en passen we hier onze marketing en communicatiestrategie op aan.
- Is de zichtbaarheid van Oyfo fysiek, online en in de media vergroot door actief aan te haken bij landelijke initiatieven.
- Hebben we de positionering van de Oyfo Shop en de arrangementen bepaald en zijn we gestart met de implementatie.



2. Aansprekend aanbod

We blijven actueel en ons doorlopend inhoudelijk vernieuwen. Daarbij zorgen we voor een diversiteit in ons aanbod waarmee we al onze doelgroepen bereiken.

Waarom deze strategie:

Voor Oyfo is ons aanbod onze corebusiness. Het is belangrijk om hierin te blijven vernieuwen, relevant en actueel te blijven, zodat we blijven aansluiten bij onze doelgroepen en de behoeftes in de markt. Ons aanbod is zo opgebouwd dat het geschikt is voor mensen die willen ontdekken, willen verdiepen en verbreden.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

1. Met het vastgestelde model voor de Kunstenschool draagt Oyfo zorg voor een afgewogen en divers cursusaanbod.
2. We brengen de behoefte van onze huidige en potentiële doelgroepen en de kansen die er in de markt liggen in kaart en benutten deze beter. Daarbij consolideren ons huidige aanbod en zetten dit weg in de markt.
3. We blijven inzetten op een breed aansprekend aanbod binnen- en buitenshuis met activiteiten in diverse vormen waardoor een breed en divers publiek wordt aangesproken.
4. We blijven actuele ontwikkelingen volgen en stellen ons aanbod bij zodat we relevant blijven.
5. We bouwen aan een leerecosysteem door het verbinden van onder- en naschools aanbod in samenwerking met relevante partners.
6. We blijven doorlopend de collectie en interactives die onlosmakelijk onderdeel zijn van de museale verhaallijn, aanvullen en vernieuwen.
7. Het Kunstpodium heeft een doorlopende programmering die aansluit bij de inhoud van het museum.

In 2023:

- Nemen we minimaal één keer deel aan een inspirerende conferentie, training of bijscholing om ons aanbod actueel te houden.
- Brengen we minimaal één keer de tevredenheid en de behoefte van onze huidige bezoekers, cursisten en leerkrachten in kaart.
- Halen we één keer per jaar bij potentiële bezoekers, cursisten en leerkrachten op welke behoefte er is waar wij op in kunnen inspelen.
- Nemen we de evaluatie van activiteiten op in de cyclus van ontwikkelen, organiseren uitvoeren.
- Ontvangen we minimaal één subsidietoekenning voor het actualiseren van nieuw aanbod.
- Zetten we minimaal één studieopdracht uit ten behoeve van het actualiseren van ons aanbod.
- Brengen we het leerecosysteem in kaart.
- Hebben we drie aansluitende tentoonstellingen in het Kunstpodium.
- Hebben we door aansprekende programmering een omzet van €484.000,- voor de Kunstenschool, €256.200,- voor het Techniekmuseum en hebben onze projecten een omzet van €228.100,-.

3. Een duurzame en inclusieve organisatie

We willen een duurzame en inclusieve organisatie zijn, waarbij we dit terug laten komen in ons gebouw, in ons aanbod en in onze bedrijfsvoering.

Waarom deze strategie:

In deze huidige tijd kan en wil je als organisatie zoveel mogelijk bijdragen aan een duurzame leefomgeving waar oog is voor circulariteit, diversiteit en voor inclusie. Naast bewustwording op deze thema’s binnen onze organisatie en ons aanbod, willen we ook daadwerkelijk werken aan onze eigen footprint.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

- 1. We willen als Oyfo toegankelijk zijn voor iedereen en in de breedste zin van het woord, zowel in ons aanbod als fysiek in ons gebouw. Om dit onafhankelijk te toetsen, laten we dit beoordelen door ervaringsdeskundigen.
- 2. We werken toe naar een nog diverser en inclusiever personeels- en vrijwilligersbestand en gaan actief met preventie, scholing en goede begeleiding aan de slag voor een duurzame personele organisatie.
- 3. Om onze organisatie zo duurzaam mogelijk in te richten, spelen we actief in op de mogelijkheden en kansen om zo energiezuinig met ons gebouw om te gaan. Tevens nemen we ons inkoopbeleid en keuze tot samenwerkingspartners onder de loep met als doel om hier ook duurzame keuzes in te maken.

In 2023:

- Houden we ons personeelsbestand actueel en monitoren we actief minimaal één keer per jaar in een evaluatie- of jaargesprek of de competenties nog aansluiten bij de werkzaamheden en is er beleid op uit dienst treding.
- Hebben we ons scholingsbeleid proactief ingezet.
- Hebben we ons werving- en selectiebeleid aangepast om ons personeels- en vrijwilligers bestand nog inclusiever in te vullen en is er een aannamebeleid.
- De huidige werkplekken worden met digitale middelen uitgebreid waardoor we verder digitaliseren actief stimuleren.
- Is het preventiebeleid klaar.
- Hebben we ervaringsdeskundigen ingezet om ons gebouw te toetsen.
- Bij de inkoop van alle materialen en middelen kiezen we voor de meest duurzame variant.
- Gaan we uitzoeken hoe we op een duurzame wijze met ons afval om kunnen gaan.
- Onderzoeken we welke mogelijkheden zijn om het gebouw nog energie neutraler te maken.
- Hebben we het inclusie- en diversiteitsbeleid klaar.



4. Divers publiek

We willen relevant zijn voor een zo breed mogelijk publiek en zo nieuwe doelgroepen aantrekken die ons in groten getale weten te vinden.

Waarom deze strategie

De huidige doelgroepen van Oyfo zijn onze bezoekers, cursisten en leerlingen die we al jaren in huis hebben. Deze willen we graag aan ons blijven binden, maar daarnaast is het van economisch en maatschappelijk belang dat wij nieuwe doelgroepen weten te definiëren, te vinden en te bereiken.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

1. We definiëren welke nieuwe doelgroepen we willen bereiken en op welke wijze we hier inhoud en vorm aan gaan geven.
2. Door diverse samenwerkingen aan te gaan en financiële bronnen aan te boren, wordt ons aanbod voor een breder en divers publiek laagdrempelig.
3. We zetten in op arrangementen om een nieuwe markt aan te boren en ook onze huidige samenwerkingspartners meer mogelijkheden te bieden.

In 2023:

- Ontvangen we minimaal één subsidietoekenning via een fonds of partner om specifiek een nieuwe doelgroep te kunnen bereiken.
- Zetten we in op samenwerking met partners die de voor ons nieuwe doelgroepen al weten te bereiken, waardoor we minimaal één nieuwe doelgroep aan ons verbinden met één activiteit die vanuit participatie tot stand komt.
- Zijn de verhuurbare ruimten geoptimaliseerd zodat we de vraag vanuit de markt kunnen beantwoorden.
- Spelen we 0,5 fte vrij om actief in te zetten op arrangementen.

5. Bouwen aan een community

We koesteren onze huidige doelgroepen en blijven met ze in verbinding. Daarnaast bouwen we samen aan een Oyfo community.

Waarom deze strategie

Om onze maatschappelijke waarde als culturele kernvoorziening in Hengelo en omgeving langdurig te kunnen continueren, geloven wij dat we met alle doelgroepen in verbinding staan en samen moeten bouwen aan Oyfo. We willen actief betrokken deelnemers in plaats van passieve toehoorders, die zich verbonden voelen en elkaar vinden in de gedeelde ervaring en beleving bij Oyfo.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

1. We zijn zuinig op onze huidige doelgroepen door als attente organisatie goede en actuele informatie te verstrekken, een warm en gastvrij contact te garanderen en hen met enige regelmaat positief te verrassen.
2. Om betrokkenheid van onze doelgroepen te activeren, faciliteren wij één of meerdere platformen. Deze platformen verbinden deelnemers aan elkaar en aan Oyfo. Hiermee krijgt Oyfo input om in te kunnen spelen op de wensen en behoeftes van onze doelgroep.

In 2023:

- Voorzien we onze huidige doelgroepen regelmatig van informatie door het inzetten van
- in ieder geval een nieuwsbrief.
- Bouwen we aan de Oyfo community door extra's te organiseren voor onze huidige bezoekers, cursisten, leerlingen, icc-ers.
- Stemmen we met de andere lokale Kunstpodia en Kunstenaars-initiatieven



6. Samenwerken

Oyfo wil een actieve en initiërende partner zijn. We kiezen voor samenwerkingsvormen die economische en maatschappelijke waarde toevoegen voor zowel onze non-profit en profit samenwerkingspartners als voor Oyfo zelf.

Waarom deze strategie

In samenwerking en co-creatie is veel meer mogelijk dan dit alleen te doen. Uitgangspunt voor de samenwerking is altijd dat deze aansluit bij datgene waar Oyfo voor staat en een meerwaarde heeft. Eén plus één is drie.

Wat gaan we de komende 4 jaar doen:

1. We continueren bestaande samenwerkingsverbanden en evalueren deze doorlopend.
2. We gaan actief op zoek naar nieuwe partners die bijdragen met financiële, inhoudelijke middelen of middelen in natura.

In 2023:

- Evalueren we de huidige samenwerking partners en beoordelen we met welke partners we de samenwerking continueren en met welke partners we de relatie gaan intensiveren.
- Werken we intensief samen met minimaal twee nieuwe partners.
- Zetten we actief in op het verder uitvoeren van de overeenkomst met de Koepels.

oyfo
KUNSTEN
SCHOOL

oyfo
TECHNIEK
MUSEUM

oyfo
KUNST
PODIUM