

is jouw organisatie klaar voor de toekomst?

interne organisatie

1 Organisatiekracht

De organisatie is adequaat georganiseerd

- ☐ Er zijn voldoende (actieve) leden/vrijwilligers/(artistiek) begeleiders
- ☐ Alle noodzakelijke functies zijn voldoende bemenst
- ☐ Leden zijn tevreden over aantal, vorm en inhoud van de georganiseerde activiteiten

2 Financiering

Er zijn voldoende middelen uit een mix van bronnen

- ☐ Er is een positief financieel resultaat
- ☐ Er is een goede financieringsmix met meerdere inkomstenbronnen (subsidies, eigen inkomsten, sponsoring etc.)
- ☐ Binnen de begroting is voldoende ruimte om uitgaven te doen

3 Faciliteiten

Er zijn goede voorzieningen

- ☐ Er wordt gebruikgemaakt van goede accommodatie, zoals repetitieruimte, podium, expositieruimte
- ☐ De accommodatie is goed bereikbaar
- ☐ Er zijn voldoende instrumenten, materialen en/of apparatuur beschikbaar
- ☐ De voorzieningen zijn betaalbaar
- ☐ Er is een goede mix tussen offline en online faciliteiten

4 Continuïteit

Er is zekerheid over de toekomst

- ☐ Er is een missie en visie
- ☐ Het ledental ontwikkelt zich naar behoren en/of er is een plan om leden te werven, te waarderen en te behouden voor de toekomst
- ☐ De financiering(smix) ontwikkelt zich naar behoren en men denkt financieel een aantal jaren vooruit

10 randvoorwaarden voor een veerkrachtige organisatie

De wereld verandert. Kan jouw amateurkunst-organisatie zich voldoende aanpassen aan de behoeften van de huidige tijd? Test het met deze toekomstcheck! Met deze 10 randvoorwaarden op het gebied van interne organisatie, inhoud en externe organisatie krijg je een beeld van de huidige veerkracht. Gebruik het als checklist en kijk waar voor jou de verbeterpunten liggen.

MEER WETEN?

Kijk op kunstlocbrabant.nl voor meer tips & praktijk-voorbeelden.



inhoud

5 Artistieke kwaliteitsontwikkeling

Er is een kwalitatief goed artistiek aanbod

- Het aanbod sluit aan bij wensen en verwachtingen van leden
- Het aanbod wordt ontwikkeld en begeleid door een voldoende gekwalificeerde en opgeleide artistieke leiding
- Naast het huren/kopen/overnemen van aanbod van derden, wordt ook eigen aanbod ontwikkeld
- Leden, publiek en media zijn positief over de kwaliteit van het aanbod

6 Kennis

Er is kennis over aanbod en publieksbereik

- Er is voldoende kennis over het eigen aanbod van kunstzinnige activiteiten
- Er wordt gebruikgemaakt van informatie over aanbod, doelgroepen e.d. uit eigen onderzoek of dat van anderen
- Er wordt aan scholing en professionalisering gedaan

7 Innovatie

Er is de bereidheid om te veranderen, c.q. om in te spelen op veranderende wensen van leden

- Er is structureel aandacht voor het bereiken van nieuwe leden
- Er is structureel aandacht voor het ontwikkelen van nieuw aanbod
- Er wordt gewerkt aan vernieuwende productievormen en/of er worden artistieke keuzes gemaakt die leiden tot andere dan de gebruikelijke producties
- Organisatie en leden zijn gemotiveerd om te vernieuwen

externe organisatie

8 Netwerkvorming en samenwerking

De organisatie werkt actief samen in een netwerk

- Bij ontwikkelen van activiteiten (aanbod, ledenwerving etc.) kan worden teruggevallen op en/of wordt samengewerkt met andere culturele organisaties/verenigingen
- Er wordt samengewerkt met kunstenaars uit eigen en uit andere disciplines
- Er wordt samengewerkt met maatschappelijke organisaties (scholen, bibliotheken, buurt- en welzijnsorganisaties, overheden etc.)
- Men is op de hoogte van de dienstverlening van koepels en provinciale organisaties (zoals Kunstloc Brabant)

9 Zichtbaarheid

De organisatie wordt gezien en gewaardeerd

- De organisatie laat zichzelf zien via verschillende communicatie middelen en -kanalen
- Er is voldoende publieksbereik
- De organisatie wordt gevraagd als adviseur en/of deelnemer bij activiteiten van andere partijen
- In (overheids)beleid wordt rekening gehouden met de organisatie

10 Diversiteit

Er is onder leden voldoende verscheidenheid en er worden diverse publieksgroepen bereikt

- Er is een goede balans tussen de aantallen leden uit verschillende leeftijden opleidingsgroepen, tussen mannen/vrouwen, uit verschillende culturen en tussen leden met andere kenmerken die voor activiteiten van belang zijn
- Er worden diverse publieksgroepen bereikt als dat met activiteiten beoogd wordt
- Er zijn zo nodig plannen om leden met bepaalde kenmerken te bereiken en te werven en om bepaalde publieksgroepen te bereiken