MANIFEST OPTIMALISATIE PODIUMFUNCTIE OGTEROP

1. **‘OGTEROP’ IS ZOWEL ALS GEBOUW ALS QUA INHOUDELIJKE FUNCTIE EEN CULTURELE EN RUIMTELIJKE VERBINDING TUSSEN DE SAMENLEVING VAN MEPPEL EN DE REGIO ZWOLLE, HOOGEVEEN EN STEENWIJK;**
‘Ogterop’ is gesitueerd en gepositioneerd op het kruispunt van de historisch- en cultureel waardevolle binnenstad van Meppel en de regio;

2. Deze kwaliteit zou veel sterker gebruikt kunnen worden door **‘OGTEROP’ ALS HET CULTUREEL HART VAN MEPPEL TE POSITIONEREN IN DE DIRECTE OMGEVING EN HET NOORDELIJK DEEL VAN NEDERLAND;**

3. **‘OGTEROP’ IS EEN INTIEM THEATER** met een bijzondere programmering, waar mensen elkaar kennen, waar de artiesten en medewerkers nog contact hebben met de bezoekers en daarmee ook sprake is van een persoonlijke benadering; daarmee is ‘Ogterop’ ook onderscheidend in de regio;

4. Meppel heeft met **‘OGTEROP’ GOUD IN HANDEN** om nog meer een **ICOON VAN DE CULTUUR IN DE STAD EN VAN DE GEMEENTE ZELF TE ZIJN.** Waar nieuwe inwoners, en bedrijfven welkom zijn en zich thuis zullen voelen;

5. Meppel kenmerkt zich door veel culturele activiteiten, evenzovele organisaties en nog veel meer betrokken mensen. Het zijn op zich meestal zelfstandige -en daardoor los van elkaar- initiatieven en activiteiten. **INVESTEREN IN EN DUS OOK STUREN OP SAMENWERKING** hiertussen versterkt het imago ‘Meppel cultuurstad’. Alleen een programmatische afstemming kan hier al aan bijdragen; Plataan, musea, Grote Kerk etc. zijn enkele voorbeelden hiervan; Daarnaast zijn er uiteraard meer aspecten waarop je kunt samenwerken.

6. Het **HUIDIGE THEATERPROFIEL VOOR PODIUMKUNSTEN MOET JE BEHOUDEN**; past goed bij de regionaal onderscheidende ‘bonbonnière’ zaal met 500 zitplaatsen. Uiteraard zijn vernieuwende en nieuwe podiumkunsten die passen bij de kleinschaligheid welkom en verrijken het profiel.

   In dit kader speelt de private **ONTWIKKELING VAN EEN ‘PRODUCTIEHUIS MEPPEL’** en de ontwikkeling van de popcultuur met als aanjager de Muziekcoöperatie Meppel een positieve rol. Popmuziek verdient een vaste plek in het culturele aanbod. Met de komst van de Muziekcoöperatie Meppel is er een professionele organisatie opgestaan die in haar vijfjarig bestaan heeft aangetoond dat popmuziek springlevend is in Meppel. Samen met de Muziekcoöperatie onderzoeken hoe een poppodium een vaste plek in de nieuwbouwplannen kan krijgen. Dit zorgt niet alleen voor het binden van nieuwe doelgroepen aan de schouwburg, het creëert tevens een uitbereiding van het culturele aanbod in de gemeente Meppel.

   Daarnaast kun je de **PROGRAMMERING UITBREIDEN NAAR ANDERE DOELGROEPEN** zoals maatschappelijk culturele activiteiten waarvoor de zalen van ‘Ogterop’ beter geschikt zijn dan eigen onderkomens, de behoefte van jongeren; vraagt de snel ontwikkelende behoefte van jongeren om een ander antwoord? Ouderen die niet meer op eigen gelegenheid naar het theater kunnen komen; wat kunnen we hiervoor betekenen?

   DE ZAKELIJKE MARKT VAN MEPPEL. Op het eerste gezicht mist het bedrijfsleven een accommodatie waar relaties kunnen worden ontvangen en presentaties en symposia/opleidingen kunnen worden gegeven. Kortom het huidige ‘Ogterop’ voldoet niet aan de huidige maatstaven van het bedrijfsleven. In deze ‘derde geldstroom’ ligt een mogelijke oplossing om ‘Ogterop” beter ‘exploitabel te maken.

   Nader overleg met deze doelgroepen moet leiden tot een concretisering van de behoefte en de haalbaarheid /businessplan hiervan.
   Onderzoek naar de haalbaarheid van een ‘productiehuis Meppel’ zou een positieve impuls zijn voor ‘Ogterop’.

PERSPECTIEF
CULTURELE, RUIMTELIJKE, SOCIALE EN ECONOMISCHE FUNCTIE ‘OGTEROP’.



7. Een goede **AFSTEMMING EN SAMENWERKING TUSSEN VERSCHILLENDE PARTIJEN EN DOELGROEPEN ZULLEN HET THEATERPROFIEL EEN MEER ‘EIGENZINNIG EN AVONTUURLIJK’ KARAKTER GEVEN.** Het benodigde en gezamenlijke zoekproces zal ook de betekenis van deze woorden voor de ‘klanten/consumenten’ van ‘Ogterop’ duidelijker maken.
   Door een vertegenwoordiging van deze laatste groep mee te nemen in ‘je zoekproces’, wordt het resultaat beter.

8. Faciliteiten zoals gebouw, horeca, marketing, pr, sociale media e.d. ‘Wij zullen Wij niet zijn’ als we hier toch niet iets van vinden en daarmee over onze horizon heenkijken. Temeer omdat je **FACILITEITEN** nodig hebt **OM HET TOEKOMST PROFIEL ‘OGTEROP’ ROBUUST TE REALISEREN.**

   GEBOUW; ALLEEN AL DE ONDERHOUDSSITUATIE MAAKT EEN FLINKE INVESTERING NODIG. Maar ook de in onze discussies naar voren gekomen suggesties zullen extra investeringen met zich meebrengen.
   Daar komt nog bij dat een duurzaam (Klimaat/CO2, energie, circulair) ‘Ogterop’ maatschappelijk gezien hoog op de agenda van overheid/gemeente staat en hiermee een voorbeeld wil zijn voor haar inwoners.
   Het voorgaande vraagt een ontwikkeling waar profiel en businessplan gelijk oplopen (tekenen en rekenen) en verschillende kostenposten ‘onderhoud’, ‘nieuw’ en ‘duurzaamheid’ transparant moeten worden weergegeven.

   Daarnaast vraagt dit alles om een nieuw verdienmodel als onderdeel van het businessplan

   HORECA; DE HORECA FACILITEERT HET ‘PROFIEL OGTEROP’. Vanuit dit gedachtegoed is er sprake van een commerciële activiteit die beperkt concurreert met de horeca in de stad. Overwogen kan worden om de horeca van Meppel te laten participeren in ‘Ogterop’.
   Dit vraagt nader onderzoek hetgeen niet tot onze opdracht behoort.

   MARKETING, PR EN SOCIALE MEDIA; Dit onderwerp vraagt om herijking van het bestaande beleid. Het onderwerp valt buiten de opdracht maar we vinden wel wat. Op basis van de herijking van het beleid vraagt het om een strategisch marketingplan waarin de gewenste profilering van ‘Ogterop’ wordt neergezet naar de doelgroepen.
   Inwoners van Meppel en regio ‘horen en zien’ via verschillende kanalen graag meer van ‘Ogterop’.

Tenslotte
Wij hopen hiermee een bijdrage te hebben geleverd aan de ontwikkeling van een vernieuwd profiel van ‘Ogterop’ en daarmee duidelijk hebben kunnen maken dat nu investeren in Ogterop, een investering in een voorziening is voor de toekomst, in groei van onze gemeente, in behoud van leefbaarheid, in een gezond leefklimaat waar mensen gelukkig kunnen zijn.

Ondertekend door de leden van de klankbordgroep

Robert van Büseck; Hijbo Lantink; Wouter van der Burg;
Geert van Wijhe; Rineke Bootsma