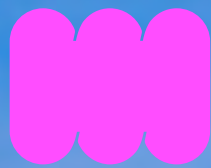


Toekomstvisie 2025-2028

Hier kán het



maas
poort



Inhoud



Valuasmusical A Chorus Line van het Valuascollege.

INLEIDING 4

1 TERUGBLIK 7

2 HIER IS NU 11

3 HIER GELOVEN WE IN 15

3.1 Missie 15

3.2 Visie 16

4 HIER GEBEURT HET 19

4.1 Zes programmalijnen 19

4.2 Onderwijs & educatie 25

4.3 Bepelingsmatrix 27

5 HIER DOEN WE HET VOOR 29

5.1 Publieksinzichten 31

5.2 Data & programmering 31

5.3 Speerpunten in publieksbereik & -ontwikkeling 32

6 HIER KOMEN CULTUUR & UITGAAN SAMEN 37

6.1 Gebouwbeleving 38

6.2 Commerciële verhuur & evenementen 41

7 HIER IS HET GOED GEREGELD 43

7.1 Onze mensen 43

7.2 Ons huis 47

7.3 De cijfers 48

8 HIER IS DE SAMENVATTING 53

Bijlage 1 | Waardescan 55



Inleiding

VENLO - SEPTEMBER 2024

Wat is de waarde van cultuur? En hoe maken we die inzichtelijk? Het waren die twee inspirerende vragen, die bij de startbijeenkomst voor het schrijven van deze nieuwe toekomstvisie, tot een boeiend gesprek leidden. Bezoekersaantallen kun je meten, een sluitende exploitatie kun je toetsen, medewerkers- en gasttevredenheid kun je verhogen en het zaalbezettingspercentage is een belangrijke indicator om te zien of vraag en aanbod, programmering en marketinginspanningen, in balans zijn. Maar hoe meet je of je bijdraagt aan een inclusievere samenleving, aan persoonlijk geluk, zelfredzaamheid, een bredere welvaart of het vestigingsklimaat?

Om die vragen te kunnen beantwoorden, namen we de afgelopen maanden tijd voor het inhoudelijke gesprek. We reflecteerden op de ambities die we opschreven in het vorige beleidsplan RAAK 2020-2024 en startten de reis naar onze nieuwe toekomstvisie met dromen. Want dromen gaan over waar we in geloven, ons bestaansrecht, onze bijdrage aan de stad en de wijde regio.

CULTUUR IS EEN FUNDAMENT
VOOR DE SAMENLEVING.
DAT GELOVEN WE NIET ALLEEN.
DAT IS ZO.

Over dat wat we willen zijn en over hoe wij hopen dat anderen ons zien en ervaren. Tientallen mensen schoven aan om mee te praten. Over wie we zijn, over een passende programmering voor Venlo, over de rol van Maaspoort in de stad en regio, over toegankelijkheid, het verlagen van drempels, ons gebouw en gezond, veilig en cultureel ondernemerschap.

Tegelijkertijd openden we alle fysieke en digitale ramen en deuren. Wat gebeurt er in de wereld om ons heen? Nu, straks en over een langere tijd. De prijs van kunst en cultuur staat onder druk. Enerzijds door toegenomen kosten, anderzijds door een landelijke, politieke wind die entertainment verkiest boven kunst, cultuur, boeken en kranten. Het raakt ons. Bedrijfsmatig, maar zeker ook als bevlogen club mogelijkmakers die geloven in de kracht en waarde van cultuur. En het heeft effect. Beleidsmatig en financieel. Laten we daar ook eerlijk over zijn. De cijfers moeten blijven kloppen. Hoe hard het buiten ook waait.

De opbrengst van de gesprekken en bijeenkomsten van de afgelopen maanden ligt voor je; onze toekomstvisie 2025-2028 die in alles ademt 'Hier kan het'. Hier bij Maaspoort, hier in deze stad, in deze regio. Hier is het theater dé plek voor een onvergetelijke avond uit, voor ontmoeting, entertainment, vieren en gezelligheid. Voor vergaderen of een vette fissa. Voor familieuitje en vakcongres. Maar het is ook het huis voor nieuwe verhalen, voor andere perspectieven, voor reflectie op de actualiteit of een eigentijdse blik op voorbijgaande tijden. En als het je allemaal te veel wordt, ben je hier welkom om de waan van de dag te vergeten. Dat kan theater allemaal zijn.

Wat goed gaat, houden we vast of breiden we uit de komende tijd. Wat beter kan en moet, pakken we op of laten we los. We zetten nieuwe stippen op de horizon. Die gaan vooral over wat we bijdragen, over onze culturele en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

In die gedachte heeft de jeugd de toekomst, gooien we de deuren wagenwijd open voor talent, geven we het makers- en productieklimaat een flinke impuls, verliezen we de diepgewortelde gemeenschapszin van Venlo niet uit het oog, zetten we flinke stappen om onze toegankelijkheid verder te vergroten en verwelkomen we ook de komende jaren heel, heel, veel verschillende mensen. Van vroeg tot laat. En het allermooiste: dat doen we samen. Want niet alleen is dat leuker, het geeft energie, is vaak effectiever én zorgt voor nog meer verbinding.

Cultuur is een fundament voor de samenleving. Dat geloven we niet alleen. Dat is zo. Dat onderschrijven we met deze toekomstvisie. En we hopen dat je na het lezen de telefoon pakt of op de fiets springt en je meldt. Omdat je mee wilt doen, bij wilt dragen of omdat je gelooft dat met jouw inbreng Maaspoort voor Venlo nog waardevoller wordt. Laat je niet weerhouden. Kom! Want hier kán het.

Directie en medewerkers Maaspoort



1. Terugblik

Hebben we RAAK geschoten?



Een checklist met 10 voornemens; daar sloten we in 2024 beleidsplan RAAK mee af. 10 speerpunten, of eigenlijk beleidsmatige uitgangspunten, waar we nu met trots én het nodige realisme op terugkijken. Want in de turbulente periode die we achter ons laten, toonden we veerkracht, kenden we ongekende successen en lieten we het soms – bewust en onbewust – ook liggen. Het terugkijken is de basis voor de toekomst. Want wat goed is blijft, houden we vast of breiden we uit. Wat we lieten liggen, bekijken we kritisch, pakken we (alsnog) op of laten we los. En we zien nieuwe kansen. Maar daarover later meer.

1) EEN BREDE BELANGWEKKENDE PROGRAMMERING MET ENKELE AANSPREKENDE, BOVENREGIONALE PRODUCTIES

De wereldwijde coronapandemie had z'n weerslag op de voorbije beleidsperiode. De jaren 2020, 2021 en 2022 kenmerkten zich door sluitingen, anderhalvemeter-voorstellingen, annuleringen en verplaatsingen. But we made it! Maaspoort toonde veerkracht, hield tijdens die periode het publiek aangesloten en bouwde in 2022 stevig weer op. Onze algehele programma-ambitie werd door Fonds Podiumkunsten beoordeeld en leverde ons een toekenning van € 50.000,- euro op. 2023 was het beste jaar uit de Maaspoort-geschiedenis.

We verwelkomden 230.000 bezoekers, waarvan 190.000 bij 370 theatervoorstellingen. Onze coproductie met Toneelgroep Maastricht *Het Was Zondag in het Zuiden* droeg bij aan dat succes. 65.000 bezoekers uit heel Nederland zagen in de zomer van 2023 de locatievoorstelling in Tegelen. Het leverde ruim € 100.000,- aan nettoresultaat op.

2) EEN STERKE POSITIE VOOR JEUGDPROGRAMMERING EN EDUCATIE

In 2022 lanceerden we het Jeugdfonds Goed voor Elkaar en daarmee onze ambitie kinderen tot en

met 12 jaar gratis theater aan te bieden. In december 2023 maakten we bekend dat we het initiatief met 5 jaar kunnen verlengen. Niet alleen dragen we bij aan de mentale gezondheid van de jeugd, we leggen ook een gedegen basis voor bezoek op latere leeftijd én hebben door deze beleidskeuze (financieel) waardevolle partnerschappen opgebouwd met onder andere het bedrijfsleven en particuliere schenkers in het Jeugdfonds. We zijn trots op het resultaat. De zaalbezetting bij familie- en jeugdvoorstellingen is bij Maaspoort ruim 60% hoger dan het landelijke gemiddelde en de bezoekersaantallen zijn met 150% gestegen. In 2023 hebben we ook het jeugdeducatie-aanbod voor scholen gratis kunnen maken, zodat we alle kinderen in Venlo en de nabije omgeving kunnen bereiken.

3) GROOTSCHALIGE EVENEMENTEN HEBBEN ZICH GEHANDHAAFD EN DOORONTWIKKELD

Ten opzichte van de vorige beleidsperiode groeiden we van 324 naar 410 commerciële activiteiten. De omzet uit die activiteiten groeide gestaag. En daar zijn we blij mee. En toch zijn we kritisch; er zijn in de voorbije periode onvoldoende nieuwe, commercieel aantrekkelijke formules gevonden. Ook de carnavalsactiviteiten lijken zich niet door te ontwikkelen. Met een grotere druk op het genereren van eigen inkomsten, nemen we de doelstelling een nog grotere omzet te halen uit de zakelijke markt mee naar de komende vier jaar.

4) WE BIEDEN KWALITEIT EN GASTVRIJHEID IN ALLES WAT WE DOEN

Onze gasten waarderen ons. De gemiddelde gasttevredenheid is met een 8,8 hoog. Onze huurders beoordelen ons gemiddeld met een 9,2 en restaurant Cabillaud kreeg een respectabele 13 punten van Gault Millau. Maar we zien ook kenteringen. De gemiddelde besteding van onze bezoekers ging omlaag ten opzichte van 2019. Enerzijds is dat toe te schrijven aan een verminderde koopkracht in Nederland. Anderzijds was onze eigen horeca in visie, organisatie en aanbod niet op orde. Dat moet en kan beter!

5) EEN ZICHTBARE EN DAGELIJKS TOEGANKELIJKE CULTURELE EN ZAKELIJKE ONTMOETINGSPLEK

Maaspoort is landelijk nog steeds het enige, niet-commerciële theater met een eigen hotelfunctie, 3 theaterzalen, 2 horecagelegenheden en 4 vergaderzalen. Het gebouw is daardoor dagelijks geopend van 7 uur 's ochtends tot 's avonds laat. En hoewel we duizenden culturele en zakelijke bezoekers verwelkomen, zien we verbeter- en veranderpunten. De bezetting van de vergaderfaciliteiten is te laag. Het Scheuten Dakterras is de mooiste plek van het gebouw, maar door de ligging (en directe verbinding met Cabillaud) weinig toegankelijk voor het grote publiek of zakelijke gasten. Het vraagt in een tijd waarin we de toegankelijkheid van ons gebouw willen vergroten én de inkomsten uit de zakelijke markt willen verhogen, om een nieuwe visie op ons gebouw en de beleving.

6) MEER RUIMTE VOOR EXPERIMENT EN VERNIEUWING

Ontwikkeling en ondernemerschap zitten in het DNA van Maaspoort en haar medewerkers. Het zijn die kenmerken die ervoor gezorgd hebben dat de organisatie haar rug rechtte in 2022 en in 2023 alle bezoekersrecords verbrak. Het succes van *Het Was Zondag in het Zuiden* wakkert het enthousiasme aan om vaker te coproduceren. Er werd gedroomd over een maakplaats om nieuwe makers te verbinden en bij te dragen aan een gezonde humuslaag in de stad en regio Noord- en Midden-Limburg. Hiervoor werden in de voorbije periode de eerste zaadjes geplant. Zo verbonden we ons aan Club Lam, haakten we aan bij de Popronde, verbonden ons aan de Kunstbende, werden alliantiepartner van Orkater / De Nieuwkomers en kijken terug op een fantastische coproductie met Abbie Chalgoum. Deze initiatieven geven energie en zijn een gedegen basis voor de toekomst.

ONTWIKKELING EN ONDERNEMERSCHAP ZITTEN IN HET DNA VAN MAASPOORT EN HAAR MEDEWERKERS.



Publiek in de Glenn Corneille foyer.

7) EEN GEZONDE ORGANISATIE MET ENTHOUSIASTE EN TOEGEWIJDE MEDEWERKERS

Maaspoort kent een gezonde organisatie, betrokken management team, enthousiaste medewerkers en onmisbare vrijwilligers die geloven dat het iedere dag nog beter kan. In 2019 startten we organisatiebreed het 9+ traject. We deelden verhalen in relatie tot onze kernwaarden om elkaar te inspireren en zo o.a. de gasttevredenheid te verhogen. Het stimuleerde ook creativiteit, ondernemerschap en samenwerking. Het was juist in een periode die werd gekenmerkt door grote onzekerheid en een belangrijk verbindend traject. Het ziekteverzuim daalde van 5,1% in 2022 naar 4,3% in 2023.

8) FINANCIËEL OP ORDE

De relatie met de gemeente Venlo is enorm verbeterd en leidt tot vruchtbare gesprekken en afspraken. Het rapport van Thomas van Dalen heeft inzichtelijk gemaakt wat de waarde van cultuur en Maaspoort in het bijzonder is. We voelen ons daardoor gesteund en erkend. We zijn blij met (extra) toekenningen van de gemeente na intensieve gesprekken over de noodzaak en het effect van cultuur. Het toegekende subsidiebedrag in 2024 (€ 2.559.444,-) is € 377.000,- hoger dan oorspronkelijk opgenomen in de meerjarenbegroting.

We zijn via regelingen gecompenseerd voor de hoge energielasten in 2022 en 2023. Op deze manier lukt het ons de jaren financieel goed af te sluiten.

9) EEN ONMISKENBARE SPELER BINNEN DE LOKALE, REGIONALE EN LANDELIJKE CULTURELE INFRASTRUCTUUR

We zijn van nature samenwerkers en voelen als grote culturele instelling de verantwoordelijkheid een voortrekkersrol te vervullen in gezamenlijke initiatieven. Zo waren we aanjager van Theater Dichtbij, waardoor er een betere afstemming is ontstaan tussen programmering en marketing in de regio. Als mede-hervormer van het Cultureel Platform Venlo zijn we er trots op dat er 22 nieuwe (cultuur) initiatieven zijn ontstaan in 2022 en dat de Nationale Toerisme Top in 2024 voor Venlo kiest. Op landelijk niveau maken we indruk en inspireren we collega-instellingen met 'Kinderen Gratis naar Theater'. Het levert Maaspoort en Venlo aandacht en waardering op. De directie heeft een actieve rol in het landelijke dossier van de VSCD en was als lobbyist betrokken bij de cao-onderhandelingen, waarin loonsverhogingen in 2023 (+5%) en 2024 (+6%) werden vastgesteld.


10) EEN GOEDE BEZETTING VAN ONZE ACTIVITEITEN

Met een gemiddelde zaalbezetting van 77% in 2023 is de bezetting van de Hela Zaal bovengemiddeld te noemen. De stijging in bezoekersaantallen voor ons culturele programma en overige activiteiten geeft vertrouwen voor de komende jaren. Terugkijkend zien we dat de algehele dagbezetting in de horeca niet optimaal was en de bezetting van de vergaderruimtes omhoog moet. En het feit dat onze zalen vooral 's avonds gebruikt worden en overdag leeg zijn, inspireert ons anders te kijken naar het gebouw en de dagbeleving.

2. Hier is nu Nu is morgen



'Hoi ChatGPT. We schrijven een nieuwe, strategische toekomstvisie voor een podiumkunstinstantie in Nederland. Kun je daarbij helpen?'

 'Natuurlijk, stel je vraag. Dan help ik je bij het schrijven van een strategische toekomstvisie voor een podiumkunstinstantie in Nederland.'

'Dank je wel. Kun je me kort en bondig opsommen wat de belangrijkste maatschappelijke, culturele, politieke en economische trends zijn waar we de komende 4 jaar rekening mee moeten houden als podiumkunstinstantie in Venlo (Nederland)?'

 'Zeker! Hier zijn de belangrijkste ontwikkelingen waar je rekening mee moet houden:

Maatschappelijke Trends

1. **Inclusie & diversiteit:** Toenemende aandacht voor representatie en inclusiviteit binnen programmering en publiek.
2. **Digitalisering:** Groei van digitale en hybride evenementen en online engagement.
3. **Gezondheid & welzijn:** Focus op het bevorderen van (mentale) gezondheid en welzijn door kunst en cultuur.

Culturele Trends

1. **Multidisciplinair en cross-cultureel:** Meer samenwerkingen tussen verschillende kunstdisciplines en culturele uitwisselingen.
2. **Publieksparticipatie:** Stijgende vraag naar interactieve en participatieve kunstervaringen.
3. **Duurzaamheid:** Groeiende nadruk op duurzame productie- en bedrijfspraktijken.

Politieke Trends

1. **Subsidiebeperkingen:** Mogelijke veranderingen in overheidsfinanciering en subsidies voor de cultuursector.
2. **Cultureel Beleid:** Beleid gericht op het bevorderen van regionale culturele initiatieven en samenwerking.

Economische Trends

1. **Financiële diversificatie:** Noodzaak om alternatieve financieringsbronnen te vinden, zoals private sponsors en crowdfunding.
2. **Toegankelijkheid en betaalbaarheid:** Druk om betaalbare en toegankelijke cultuurprogramma's aan te bieden.
3. **Data-gedreven besluitvorming:** Gebruik van data en analytics om publiekstrends te begrijpen en marketingstrategieën te optimaliseren.



Deze trends zullen belangrijk zijn om de strategie en activiteiten van een podiumkunstinstantie in Venlo te bepalen en toekomstbestendig te maken.'

'Super bedankt! En als we kijken naar de wereld. Wat zijn dan 10 mondiale trends?'



'Zeker! Hier zijn de 10 belangrijkste wereldtrends van deze tijd:

1. **Klimaatverandering & duurzaamheid**
2. **Digitalisering en technologische innovatie** (o.a. AI, big data, Internet of Things)
3. **Globalisering vs. nationalisme**
4. **Demografische veranderingen** (o.a. vergrijzing en de groei van de wereldbevolking)
5. **Gezondheid en welzijn**
6. **Economie en ongelijkheid** (maar ook de opkomst van de deeleconomie)
7. **Werk & automatisering** (AI en de verschuiving naar remote en gig work)
8. **Sociale bewegingen & gelijkheid** (o.a. gendergelijkheid, LGBTQ+ rechten en raciale gelijkheid)
9. **Politieke instabiliteit en geopolitieke spanningen**
10. **Cybersecurity & privacy** (o.a. bescherming van persoonsgegevens in digitalere wereld)

Deze trends hebben een brede impact op verschillende sectoren en samenlevingen wereldwijd en zullen naar verwachting de komende jaren blijven evolueren.'

'Je bent een fijne schrijfpartner. Kun je ook opsommen wat de belangrijkste trends zijn in de regio Noord-Limburg in Nederland?'



'Zeker. Dit zijn de belangrijkste trends in Noord-Limburg (Nederland)

Maatschappelijke Trends

1. **Vergrijzing:** Een groeiende oudere bevolking leidt tot een grotere vraag naar culturele activiteiten die toegankelijk zijn voor senioren.
2. **Diversiteit & inclusie:** Stijgende aandacht voor programma's die diversiteit bevorderen en verschillende culturele groepen aanspreken.

Culturele Trends

1. **Lokale cultuurbevordering:** Sterke focus op het ondersteunen en ontwikkelen van lokale artiesten en culturele initiatieven.
2. **Interdisciplinair & experimenteel:** Toename van grensoverschrijdende samenwerkingen en experimentele kunstvormen, zoals muziek-, dans- en theatervoorstellingen.

Politieke Trends

1. **Regionale samenwerking:** Initiatieven om regionale samenwerking te versterken, bijvoorbeeld met omliggende steden en buurlanden zoals Duitsland.
2. **Subsidiebeleid:** Veranderingen in overheidsfinanciering en subsidies voor de cultuursector, met een focus op projecten die maatschappelijke impact hebben.

Economische Trends

1. **Financiering & subsidies:** Noodzaak voor culturele instellingen om alternatieve financieringsbronnen te vinden, zoals private sponsors en crowdfunding.
2. **Toerisme & cultuur:** Groeiende rol van cultuurtoerisme in de regionale economie, met nadruk op het aantrekken van bezoekers voor lokale en regionale evenementen.

Door in te spelen op deze trends kan een podiumkunstinstantie in Noord-Limburg zich blijven ontwikkelen en relevant blijven voor zowel lokale als regionale doelgroepen.'

'Tot zover heel erg bedankt, je hebt enorm geholpen.'



'Graag gedaan! Fijn om te horen dat ik heb kunnen helpen. Als je nog meer vragen hebt of verdere ondersteuning nodig hebt, laat het gerust weten. Succes met het schrijven aan je toekomstvisie.'



3. Hier geloven we in Dit is de toekomst



3.1 MISSIE

Met een onvoorstelbare liefde voor theater en muziek, oog voor talent, de jeugd, de toekomst, een flinke dosis lef en het vermogen de wereld door de ogen van de ander te zien, lukt het ons je te verleiden, verbazen, omarmen en je te ontroeren. Welkom bij Maaspoort. Hier vieren we cultuur en het leven met een onvervalst *joie de vivre*.

Onze gasten, artiesten, makers, partners en de vele mensen om ons heen, ervaren hier 'het echte verschil maak je samen'. Ons enthousiasme, ondernemerschap en persoonlijke aandacht, raken je. We nodigen je van harte uit om mee te doen, terug te komen of het gewoon eens te proberen.

Maaspoort is jouw huis voor verdieping en vermaak. Voor cultuur en uitgaan. Hier komen mensen, culturen, gedachtes, perspectieven en de wildste ideeën samen. Dat kan, omdat niets hier te gek is. Omdat het hier kán.

Maaspoort. Hier kán het.

3.2 VISIE

SAMEN BEREIKEN WE MEER

We voelen de zin om het verschil te maken, om het morgen beter te doen dan vandaag, om van waarde te zijn. Voor de stad, makers, artiesten, onze trouwe en nieuwe gasten. Maar we realiseren ons ook: dat kunnen en willen we niet alleen. En daarom verbinden we ons aan het onderwijs en het bedrijfsleven, aan culturele partners en lokaal talent, regionale initiatieven, verenigingen en maatschappelijke projecten. We zijn aanjagers van waarde.

VANDAAG VOOR TOEKOMSTIGE GENERATIES

We zijn ons bewust van onze impact op de wereld om ons heen. Van dat wat we verbruiken, maar ook van dat waaraan we zuurstof toevoegen. Groene keuzes, slimmer verbruik, focus op de jeugd en altijd samen met onze gasten voor en achter de schermen. Een betere wereld begint bij organisaties die duurzame keuzes maken voor de wereld van morgen. Wij zijn zo'n organisatie.

ALTIJD IN BEWEGING

We sluiten onze ogen niet voor wat er om ons heen gebeurt en hebben het vermogen daar snel en adequaat op te reageren en anticiperen. We koesteren wat goed gaat en verbeteren wat slimmer, beter en eigentijds kan. Vernieuwing en innovatie zitten in ons DNA.

ARTISTIEK EN ARTIFICIEEL INTELLIGENT

Digitalisering vindt haar weg richting onze sector, onze podia en onze bedrijfsvoering. In het theater maak je het live mee, ervaar je daar op dat ene moment wat kunst en cultuur met je doen. Digitalisering biedt een nieuw podium, een nieuwe verbinding met de wereld om ons heen en stelt ons in staat de bezoekerservaring te personaliseren, verdiepen, vernieuwen en verlengen. Het biedt ons de mogelijkheid slimmer en efficiënter te ondernemen. On- en offline; hand in hand.

} **WE VOELEN DE ZIN OM HET VERSCHIL
TE MAKEN, OM HET MORGEN BETER
TE DOEN DAN VANDAAG, OM VAN
WAARDE TE ZIJN.**



MET LEF EN DE NODIGE REBELLIE

We voelen de verantwoordelijkheid om gezond en cultureel te ondernemen. En ondernemerschap vraagt lef. Onze nieuwsgierigheid is leidend, 'nee' past ons alleen als we 'ja' hebben onderzocht en we zijn ervan overtuigd dat we impact creëren als we ook buiten onze comfortzone naar antwoorden, samenwerkingen en - soms tegendraadse - oplossingen zoeken. We voelen de vrijheid om fouten te maken en daarvan te leren. Want niet geschoten...

BUITENGEWOON 'INTRAPRENEURSHIP'

Maaspoort zijn we samen. Iedereen voor lange of korte tijd verbonden aan dit huis draagt bij aan succes. We stimuleren eigenaarschap, ondernemerschap, (zelf-)reflectie en (co-)creatie. Op alle plekken moedigen we collega's aan ondernemend te denken en handelen, met de vrijheid nieuwe ideeën en projecten te initiëren en ontwikkelen. Buitengewoon 'intrapreneurship' noemen we dat. Het past bij onze cultuur, waarin innovatie en proactief gedrag wordt gestimuleerd.

4. Hier gebeurt het

Dit is onze ambitie



De periode 2025-2028 kent **zes programmaliijnen** die zorgen voor een passend, herkenbaar, kwalitatief en artistiek hoogwaardig, lokaal en regionaal verbonden programma. Daarbij zorgen we voor voldoende **diversiteit** in het aanbod, willen we theater zo **toegankelijk** mogelijk maken voor zoveel mogelijk verschillende mensen, **verbinden** we ons nadrukkelijk met de regio, lokale makers en de amateurkunsten, dragen we bij aan talentontwikkeling en halen we **de wereld letterlijk en figuurlijk naar binnen**.

4.1 ZES PROGRAMMALIJNEN

1) SPECIAAL VOOR NOORD- EN MIDDEN-LIMBURG

Maaspoort is het grootste theater van Noord- en Midden-Limburg en presenteert **voorstellingen waarvoor publiek in de regio bereid is af te reizen naar Venlo** en die in de regio niet of nauwelijks te zien zijn. De focus hierbij ligt op **het landelijke en internationale aanbod**. We versterken onze positie als musicaltheater en programmeren grote (internationale) muziekacts in samenwerking met Grenswerk. We presenteren voorstellingen die onze **signatuur onderstrepen** en waarmee we als theater **kleur bekenen**.

Het programma is herkenbaar, maar ook urgent en prikkelend. Vaste bespelers en gezichten bepalen mede onze identiteit. Hiervoor intensiveren we onze samenwerking met o.a. Laagland, Philzuid, Opera Zuid, Toneelgroep Maastricht, Club Lam, Jakop Ahlbom, Orkater/De Nieuwkomers, Het Nationale Theater en MINOUX. Daarnaast vragen we gastprogrammeurs en ambassadeurs die hart hebben voor Venlo en de regio als Nienke Nasserian, Jeroen Marcellisen, Sjanneke Hendrix, Myrthe van Opstal en Ronald Goedemondt ons te helpen bij het samenstellen van het aanbod en dat enthousiast uit te dragen.

2) PUBLIEKSFAVORIETEN

Naast voorstellingen die exclusief in Venlo te zien zijn, zijn er publieksfavorieten die overal in het land voor **volle zalen** zorgen. Denk aan de grote cabaretnamen, theatertournees van bekende bands, familievoorstellingen en succesvoorstellingen en theatercolleges van o.a. vrije producenten. Op basis van inzichten uit het Culturele Doelgroepenmodel¹ optimaliseren we deze programmalijn, waarbij we inzetten op **meerdagse bespelingen en extra aanbod in populaire genres** als cabaret en muziek.

3) EXPERIMENT & TALENTONTWIKKELING

In onze ambitie het experiment en talentontwikkeling de ruimte te geven dragen we bij aan specifieke ambities uit de gemeentelijke visie het *Culturele Vermogen van Venlo*; **het verbeteren van het productieklimaat, de ontwikkeling van makers en het zorgdragen voor creativiteit en vernieuwing in de samenleving.**

Meest in het oog springend de komende periode is **MP Backstage** (zie pagina 21), waarmee we vanaf 2025 onze eerste eigen huisgezelschappen verwelkomen, lokale talenten en jonge makers een ontwikkelplek bieden, het theater letterlijk een toegankelijke en andere ingang bieden en we ons sterk richten op jonger en meer divers publiek.

Ons publiek maakt via de 'In de Lift' serie sinds 2023 kennis met **dé talentvolle cabaretiers van het moment**. Daarnaast verwelkomen we **jonge makers en spelers van de toekomst** als Kollektief op Kracht, Nanoek, Orkater/De Nieuwkomers en Club Lam. Vanaf het seizoen 25-26 haken we met MP Backstage aan bij het speelformaat 'Oproer' dat is geïnitieerd door o.a. VIA ZUID en Werkplaats Walhalla om de speelreeks voor jonge makers te verlengen en onderlinge uitwisseling te bevorderen.

Samen met *We Are Today* zetten we een **jongerenprogramma en adviespanel** op; Stroomversnellers. In samenwerking met o.a. Grenswerk, Zomerparkfeest, Limburg Festival, Aan de Waterkant en VIA ZUID creëren we **doorgroeimogelijkheden voor talentvolle makers en gezelschappen**. Dit doen we onder meer door bijdragen te blijven leveren aan talentprogramma's als *Ik Speel op Zomerparkfeest* en het *Operaconcours VCL* en door speelplekken binnen de regio Venlo scherper op elkaar af te stemmen. We intensiveren onze samenwerking met *Popronde*, *Nieuwe Helden* en *Kunstbende*.



Marloes Ijpelaar, Ella Kamerbeek en Ayla Çekin Satijn van Club Lam.

4) VOOR ELKAAR

Ons maatschappelijke geëngageerde programma behelst voorstellingen, evenementen en contextprogramma die de actualiteit centraal stellen. Daarin focussen we ons op 6 centrale thema's; **(mentale) gezondheid, inclusie, duurzaamheid, eenzaamheid, politiek en identiteit**. We programmeren voorstellingen die op de inhoud relatie leggen met één of meer thema's, verzorgen speciale inleidingen, faciliteren nagesprekken en debat. In huis én op externe locaties als buurthuizen en op scholen. Hierin zoeken we **verbinding met sociaalmaatschappelijke partners, onderwijsinstellingen en lokale initiatieven**. Denk aan het *Feministisch Platform Aangenaam*, *Venlo Kleurt*, *Stichting Vluchteling*, *Vier het Leven*, *House of Confetti*, *Stichting Werkgroep Maluku* en *Polish Events*. Niet alleen zijn we ervan overtuigd dat de inhoudelijke samenwerking onze maatschappelijke activiteiten waardevoller maakt, het is ook een belangrijke brug richting nieuw publiek.

Belangrijke herdenkingsmomenten, vieringen en (lokale) feestdagen als Vastelaovend, Keti Koti en het Suikerfeest, hebben of krijgen een vaste plek in ons huis.

¹ www.culturele doelgroepenmodel.nl

MP Backstage

Creatieve maakplaats en podium voor regionale makers, nieuw talent en een ruime blik



De originele artiesteningang aan de achterzijde van Maaspoort. Nu de ingang naar een ontwikkelplek voor creatieve makers en een podium voor intieme - en kleinschalige optredens, voordrachten, contextprogramma's, debatten, talks en exposities. Hier mogen gedachten, meningen en vormen worden uitgetoetst en uitgewisseld. MP Backstage is de poort naar nieuwe ervaringen en de plek om te zijn voor verschillende perspectieven en vers publiek. **Wie hier is, voelt zich gezien en gekend. Want eenmaal thuis? Dan kom je achterom.**

Productiehuis voor talent

Maakplaats (MP) Backstage is het initiatief van Maaspoort om de Piet Kingma zaal en aangrenzende ruimtes beschikbaar te stellen als creatieve maakplaats en podium voor regionale makers en nieuw talent. Met MP Backstage biedt Maaspoort makers ondersteuning in productie, subsidieaanvragen, techniek en marketing. Hiermee ontwikkelt Maaspoort zich, samen met het nog op te richten productiehuis Noordzuiden, de komende periode als betrokken productiepartner en talentontwikkelaar voor de stad en regio Noord-Limburg. Club Lam neemt als huisgezelschap haar intrek in MP Backstage, daarnaast streven we ernaar jaarlijks tenminste twee Venlose en Limburgse makers/gezelschappen te ondersteunen in het maken van een nieuwe productie. Makers kunnen van een week tot een maand gebruik maken van MP Backstage, worden aangemoedigd tot tussentijdse presentatiemoment voor publiek en gaan in Maaspoort in première.

Place to go voor jong en avontuurlijk publiek

Naast een ontwikkelplek is MP Backstage ook een nieuw podium in de stad. Met een eigen karakter, eigen kanalen en ook een eigen, rauwe backstage-ingang tegenover poppodium Grenswerk. Een place to go voor jong, avontuurlijk publiek. Een podium voor thuismakers, maar ook jonge makers via speelformaat Oproer, Creative Café's (FLUJAS), Sneak Peaks (VIA ZUID) en door specifiek 'anders' te programmeren, zoals cabaret late-nights of afterparty's na voorstellingen.

Plein voor perspectief en dialoog

MP Backstage is het podium voor nieuwe, andere en verschillende perspectieven, verdieping en dat wat speelt in de samenleving. Het is de plek voor contextprogramma's, debat, inleidingen, workshops, nagesprekken, talkshows en ontmoetingen tussen makers en publiek. Tussen de stad en haar inwoners. Hier lopen voor- en achter de schermen in elkaar over. MP Backstage zet zich specifiek in op thema's en (culturele) doelgroepen die zich op dit moment nog niet vanzelfsprekend thuis voelen bij Maaspoort. MP Backstage is een uitnodiging naar een brede Venlose samenleving om bijeen te komen, drempels te slechten, te verdiepen, plezier te maken, in dialoog te gaan én het gewoon mogelijk te maken.

Placemaking MP Backstage

In het theaterseizoen 24-25 wordt de kleine zaal programmering verplaatst naar de midden- en grote zaal, om de Piet Kingma zaal permanent vrij te maken voor MP Backstage. Begin 2025 presenteert Maaspoort voor MP Backstage een eigen vormgeving en signing die de plek en de achteringang een arty, edgy en rauwe uitstraling geven.

In de komende beleidsperiode ontwikkelt MP Backstage zich, samen met betrokken (creatieve) partners, tot die plek waar behoefte aan is. De aangrenzende kantoren transformeren tot workspace en artiestenfoyer, de tribune in de zaal verdwijnt en maakt plaats voor een schaalbare café-setting en multifunctionele ruimte.

5) VAN EIGEN BODEM

We maken ruimte in de programma-agenda voor (veelal terugkerende) Limburgse en Venlose artiesten, makers, gezelschappen en evenementen als de *Venlose Revue*, *Volkstheater Frans Boermans*, *Valuas College*, *Stella Duce*, *Koninklijke Harmonie Sint Caecilia*, *Showorkest Harmonie Fortissimo*, *Urban Dance Studio*, *Dance Masters Madson Club*, *Dansstudio Dorris Titulaer*, *Koninklijke Muziekvereniging Fanfare Venlo*, carnavalsactiviteiten en daarmee samenhangende carnavalsconcerten en -voorstellingen. Op deze manier dragen we bij aan de zo **typische, diepgewortelde gemeenschapszin**.

Door het aanbod van amateurs en semi-professionele artiesten, makers en gezelschappen op te nemen in de basisprogrammavisie van Maaspoort bouwen we niet alleen met hen aan hun carrière, we verbinden ons nadrukkelijk aan stad en regio. We stimuleren ontwikkeling en doorgroeimogelijkheden en ondersteunen bij de ontwikkeling van programma's en ondernemerschap. Enerzijds doen we dat door kennis en expertise van Maaspoort beschikbaar te stellen (productie, techniek, marketing, etc.), anderzijds stellen we richting het amateur- en semiprofessionele veld aangepaste tarieven beschikbaar. Daarmee blijft Maaspoort een **podium van, voor en met de stad**. In de komende periode groeit het aantal culturele verhuringen met minimaal 5%.

MP Backstage en/of het Huis Noordzuiden (cultureel productiehuis in Limburg) verbinden zich ook als coproductant aan deze programmalijn en stimuleren op deze manier lokale talentontwikkeling of maken diepgewortelde regioproducties met een al dan niet landelijke aantrekkingskracht mogelijk. Succesvol voorbeeld is *Het Was Zondag in het Zuiden (2023-2024)*. We kijken uit naar *De Passiespelen*, die in 2026 in coproductie met Toneelgroep Maastricht wordt gemaakt om het 100-jarig bestaan van de openluchtspelen te vieren.

WIE HIER IS,
VOELT ZICH GEZIEN
EN GEKEND.

6) GRENZELOOS

In een internationaal georiënteerde grensregio zien we een groeiend aantal bezoekers dat de Nederlandse taal niet machtig is. De komende periode neemt het aandeel **'language no problem' voorstellingen, internationaal georiënteerde voorstellingen en concerten** (i.s.m. Grenswerk) en producties voorzien van **Engels of Duitstalige boventiteling** toe. In 2022 startten we succesvol met Poolse cabaretvoorstellingen, speciaal voor Poolse inwoners van de regio. Deze beweging zetten we de komende periode voort.

Duits publiek vindt haar weg naar Venlo om werk van topdansgezelschappen als *Scapino* en het *Nederlands Dans Theater 2* te zien. Omgekeerd brengen we kwalitatief hoogwaardige operaproducties van partnertheaters in Krefeld en Mönchengladbach onder de aandacht van ons publiek.

Het project 'Onbegrensd Talent' geleid door projectleider Sikko Cleveringa, stimuleert de samenwerking met Duitse makers en theaters o.a. door vanaf 2025 jaarlijks een netwerksymposium te organiseren waarin Nederlandse en Duitse theaters en makers kennis uitwisselen op het gebied van programmering, internationalisering en marketing. Uit deze samenwerking is in 2024 de coproductie met *URBANATIX* ontstaan en de ontwikkeling ingezet naar een Euregional Performance Lab in samenwerking met VIA ZUID voor uitwisseling tussen makers.



Kim Wilde in Maaspoort i.s.m. GRENSWERK.



Urban Dance Studio tijdens Open Circles samen met URBANATIX.



Musical Vijfdaagse.

4.2 ONDERWIJS & EDUCATIE

Het is misschien een inkopper, maar de jeugd is de toekomst. We zijn ervan overtuigd dat we met 'Kinderen Gratis' een belangrijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van kinderen, jeugd en jongvolwassenen in Venlo en omgeving. Kunst en cultuur dragen bij aan de creatieve ontwikkeling van het brein, vergroten het inlevingsvermogen, stimuleren identiteitsvorming en vergroten je blik. Bovendien, door mensen op jonge leeftijd kennis te laten maken met kunst en cultuur, investeren we stevig in de toekomst. De kans dat ze op latere leeftijd terugkeren en ook hun kinderen weer meenemen, neemt significant toe.

4.2.1. PRIMAIR ONDERWIJS

De bezettingsgraad bij schoolvoorstellingen voor het primair onderwijs was in het theaterseizoen 2023-2024 92%. De gratis voorstellingen, het vrijwel kostenvrije vervoer naar het theater, specifiek lesmateriaal bij alle voorstellingen, persoonlijk contact met onderwijsdocenten in de stad en regio en de afstemming over de inhoud, liggen aan de basis van deze prachtige cijfers.

De vraag was dusdanig hoog, dat we niet alle onderwijsinstellingen uit de regio konden bedienen. Daar ligt een uitgelezen kans voor de komende vier jaar. **In de komende beleidsperiode bezoeken alle leerlingen uit de gemeente Venlo Maaspoort.** Het gaat dan om bijna 8.000 leerlingen van 35 basisscholen. Inhoudelijk ontwikkelen we thematische programmalijnen voor het primaire onderwijs gericht op **kansen(on-)gelijkheid, inclusie, duurzaamheid, welzijn en preventie en samenleven.**

Naast het aanbieden van voorstellingen, ontwikkelen we lesbrieven ter voorbereiding en verdieping van de bezoekerservaring. Met een groter aandeel *language no problem* voorstellingen voor de jeugd, zorgen we voor een grotere toegankelijkheid voor o.a. kinderen die de Nederlandse taal (nog) niet machtig zijn. Met Bibliotheek Venlo en Museum van Bommel van Dam ontwikkelen we de pilot Taal & Talent, een speciaal project dat een bijdrage levert aan het terugdringen van en meer aandacht voor laaggeletterdheid.

Daarnaast ontwikkelen we in de komende periode een online platform waarop – naast toffe weetjes ter verdieping en verrijking van de bezoekerservaring – kinderen door middel van gamificatie ook meer leren over theater maken, werken in kunst en cultuur en de ontwikkeling van je eigen identiteit.



Kinderdirecteur Alina Kempen.

Bezoeken primair onderwijs

	2024		2025		2026		2027		2028	
	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek
Schoolvoorstellingen	12	3.600	18	5.400	18	5.400	18	5.400	18	5.400
Backstage Tours	12	240	13	260	14	280	15	300	16	320
Wildpark project	0	0	10	2.000	10	2.000	10	2.000	10	2.000
Totaal op locatie	24	3.840	41	7.660	42	7.680	43	7.700	44	7.720

Figuur 1. Aantal geplande activiteiten en geprognosticeerde bezoekersaantallen (2024: referentiejaar)

4.2.2. VOORTGEZET ONDERWIJS, MBO, HBO, WO

Het voorgenomen initiatief van het Cultureel Platform Venlo om vanaf 2027 kunst en cultuur voor iedereen uit Venlo tot en met 17 jaar gratis toegankelijk te maken, sluit naadloos aan bij onze visie. Maaspoort zal in de totstandkoming hiervan én de communicatie hierover richting doelgroepen, subsidiënten, stichtingen en partners een nadrukkelijke voortrekkersrol nemen. Het zet niet alleen Venlo op de kaart, het is een ongekende investering in de toekomst van de stad en regio.

Er wonen bijna 12.000 jongeren tussen de 15 en 25 jaar in de gemeente Venlo, waarvan er ruim 4.500 in Venlo naar het voortgezet onderwijs gaan. Schoolvoorstellingen van *School on Stage* (Valuacollege, het Blariacumcollege en College Den Hulster), vooropleiding Musical Valuacollege en de eindvoorstelling van ArtEZ vooropleiding Dans hebben een vaste plek in de agenda. Evenals de diploma-uitreikingen van bijvoorbeeld Fontys.

Zo'n 15% van de leerlingen van het voortgezet onderwijs bezoekt jaarlijks met de klas een voorstelling bij Maaspoort. Door theaterbezoek gratis te maken voor jongeren tot en met 17 jaar zal dit aantal significant groeien (geschat: 30%). Daarnaast wordt de komende twee jaar het contact met onderwijsinstellingen geïntensiveerd om ook de leeftijdscategorieën daarboven structureel en in grotere aantallen te verwelkomen.

In samenwerking met cultuurdocenten en -coaches wordt onderzocht hoe de toegankelijkheid van cultuur voor o.a. mbo, hbo en wo vergroot kan worden. Maaspoort investeert de komende jaren in het verlagen van de drempel door het reguliere voorstellingen en -concerten die in de avond geprogrammeerd zijn, ook overdag aan te bieden als schoolvoorstelling. En kiest voor langere speelreeksen in huis van vaste partners als Laagland of Sally met rand- of voorbereidingsprogramma's op scholen.

De vaste last-minute jongerenprijs wordt on- en offline actief gepromoot en is vanaf het seizoen 2024-2025 online te reserveren. In 2025 verwelkomen we voor het eerst de voorronde van de Kunstbende in Maaspoort. Door het jaar heen ontwikkelen we - samen met Kunstbende - randprogramma's. En met *We Are Today* ontwikkelen we een publiekscampagne gericht op jongerencultuur bij Maaspoort en MP Backstage in het bijzonder.

Maaspoort is een erkend en inspirerend leerbedrijf. Op vrijwel alle afdelingen vinden jaarlijks studenten van het mbo, hbo en wo een ontwikkelplek. Daarnaast zijn we een verbindende partij tussen bedrijfsleven en het hoger onderwijs en organiseren we minimaal twee evenementen per jaar in huis waar deze doelgroepen samenkomen. Niet alleen dragen we daarmee bij aan het ontsluiten van werkgelegenheid, we stimuleren jonge mensen zich ook na hun studie te verbinden aan de regio.

Bezoeken voortgezet en hoger onderwijs

	2024	2025	2026	2027	2028
CKV bezoek	1.255	1.381	1.741	1.916	2.108
Last-minute jongerenprijs	342	393	402	463	533
Totaal	1.597	1.774	2.143	2.379	2.641

Figuur 2. geprognosticeerd aantal CKV-bezoekers en jongeren die gebruikmaken van de last-minute prijs. (referentiejaar: 2024). Het werkelijke aandeel jongeren ligt significant hoger. Cijfers voor uitvoeringen, diploma-uitreikingen, e.d. zijn opgenomen in 'events'. CKV-bezoek en gasten die gebruikmaken van de jongerenprijs zijn onderdeel van de reguliere bezoekersaantallen.

4.3 BESPELINGSMATRIX

Reguliere, culturele programmering

	2019	2023	2025	2026	2027	2028
Cabaret	51	45	40	40	40	40
Dans	9	11	8	8	8	8
Familie	24	26	35	35	35	35
Klassiek	17	21	23	23	23	23
Musical Show Circus	24	62	26	26	26	26
Muziek	55	42	45	45	45	45
Opera	3	2	2	2	2	2
Theater	18	23	28	28	28	28
Toneel Comedy	22	31	25	25	25	25
Totaal aantal voorstellingen	223	263	232	232	232	232
Schoolvoorstellingen	8	10	18	18	18	18
Contextprogramma's	33	20	100	105	110	115
Aantal bezoekers	78.733	157.702	85.136	87.402	88.621	90.887

Amateurvoorstellingen

Muziek Theater	49	66	57	57	57	57
Carnavalsconcerten	14	11	10	10	10	10
Voorstelling door scholen	8	9	8	8	8	8
Dans	10	5	6	6	6	6
Blaasmuziek	12	6	7	7	7	7
Totaal aantal amateurvoorstellingen	93	97	88	88	88	88
Aantal bezoekers	34.554	33.062	33.290	33.290	33.290	33.290
Totaal aantal bezoekers	113.287	190.764	118.426	120.692	121.911	124.177

Figuur 3. Aantal activiteiten en geprognosticeerde aantal bezoekers. Ter referentie: 2019; het laatste reguliere kalenderjaar pre-corona. 2023, het laatste volledige boekjaar, inclusief bezoekers Het Was Zondag aan het Zuiden (65.000).



5. Hier doen we het voor Ons publiek



We zijn ervan overtuigd dat we de **stijging in bezoekersaantallen kunnen continueren**. Dat doen we onder andere door goed te kijken naar demografische ontwikkelingen in de stad en regio, interne data en die te combineren met inzichten uit het Culturele Doelgroepenmodel. We zien kansen zowel het **aandeel jongvolwassenen en ouderen** te laten groeien, vergroten het aandeel **bezoekers uit Duitsland**, stimuleren nadrukkelijk herhaalbezoek en voelen een grote verantwoordelijkheid - al dan niet met partners - **theaterbezoek mogelijk te maken voor wie dat niet vanzelfsprekend is**.

Maaspoort heeft de afgelopen jaren een groei doorgemaakt in zowel het aantal activiteiten als het aantal bezoekers. Voor de komende periode wordt ingezet op **stabilisatie van het aantal culturele activiteiten en het consolideren van gematigde groei in bezoekersaantallen** (zie figuur 3.) Door de stabilisatie in aantallen activiteiten culturele- en amateurvoorstellingen, houden we ruimte voor noodzakelijke commerciële activiteiten, de ontwikkeling van contextprogramma en het verhogen van het aantal schoolvoorstellingen.

Maar we zijn ook realistisch. We zijn ervan overtuigd dat we een groei in het aantal bezoekers kunnen handhaven, maar houden in de prognosticering rekening met de voorgenomen btw-verhoging op theaterkaartjes van 9% naar 21%. Onderzoek van o.a. de VSCD laat zien dat rekening gehouden moet worden met een afname van het aantal bezoekers van zo'n 5,5%.

Highlights

Inzichten op basis van verkoopdata

43% van onze bezoekers is woonachtig in de gemeente Venlo

80% van de bezoekers komt uit de regio Noord-Limburg

2% van onze bezoekers is woonachtig in Duitsland

Zo'n **45%** van de kaarten wordt verkocht in de voorverkoop. In tegenstelling tot de rest van Nederland, loopt dit aandeel in Venlo niet terug.

Zo'n **30%** van de kaarten wordt binnen 1 maand voor aanvang van de voorstelling verkocht. Het is – gezien de landelijke trends – te verwachten dat dit aandeel de komende jaren toeneemt.

Bijna **75%** van de gasten bezoekt Maaspoort 1 x per jaar. Ze komen voornamelijk voor de publieksfavorieten (cabaret, muziek, musical), voorstellingen die alleen bij Maaspoort te zien zijn of regionale producties.

Het aandeel kernpubliek (heavy en super users die meer dan 4 keer per jaar komen) is zo'n **8%**.

→
Meer info over het model:
www.rotterdamfestivals.nl/publieksbereik/culturele-doelgroepenmodel

Wat vertelt het doelgroepenmodel ons²?

In vergelijking tot de rest van Nederland heeft Venlo een bovengemiddeld aantal inwoners voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is. Enerzijds omdat het hun interesse niet heeft, anderzijds omdat het niet in hun 'systeem' zit. Ze hebben het niet meegekregen vanuit huis of ze omringen zich niet door mensen die theater bezoeken. Als ze gaan, komen ze hooguit één à twee keer per jaar. Ze komen voor het populaire aanbod (cabaret, muziek, musical), lokale producties (verhuringen, carnaval) én voor horeca, de plek en sfeer. Ze zijn een avond uit, met alles erop en eraan. In hun enthousiasme, dat ze graag delen met vrienden en familie, zijn ze – mits goed getimed – relatief eenvoudig te verleiden tot herhaalbezoek.

Vergrijzing zorgt er ook in Venlo voor dat het aandeel 'ouderen' toeneemt. Het model laat zien dat het aandeel (alleenstaande) ouderen met een modaal of beneden modaal inkomen, relatief hoog is. Het is een doelgroep met intrinsieke motivatie tot het bezoeken van kunst en cultuur, waarbij de juiste prijs-kwaliteit verhouding, het aanbod (niet te moeilijk, Nederlandstalig, lokaal verbonden en nostalgisch) én tijdstip (dagprogramma) van bezoek belangrijk zijn.

De klassieke cultuurliefhebber voelt zich thuis bij Maaspoort. Bijna 20% van alle bezoekers valt in deze doelgroep. Het is een doelgroep die Maaspoort waardeert vanwege het cultureel hoogwaardige programma, zich graag duurzaam verbindt en sociaal maatschappelijk bovengemiddeld geëngageerd is.



Publiek in Bistro de Luif.

5.2 DATA & PROGRAMMERING

Maaspoort biedt een gevarieerd programma dat goed aansluit bij de wensen van relatief jonge gezinnen (Kindrijke Cultuurvreters) en drukke families die hun handen vol hebben aan het leven (Actieve Vermaakvangers). Een druk sociaal leven, voldoende plezier en af en toe een cultureel uitje horen daarbij. Dat kan theater zijn, maar net zo goed een bezoekje aan de bioscoop, een festival of (gratis) veelal regionaal verbonden evenementen. Maaspoort bevindt zich voor deze doelgroepen in een krachtig concurrentieveld.

Klassieke Cultuurliefhebbers en Weelderige Cultuurminnaars vinden in het programma artistiek hoogwaardige voorstellingen en maatschappelijke inhoudelijke thema's die ervoor zorgen dat ze vaker dan eens per jaar terugkomen. Voor hen is theater een waardevolle en vanzelfsprekende toevoeging in hun leven.

Voor mensen met midden- en lagere inkomens, inwoners met een bi-culturele achtergrond en (veelal en in toenemende mate alleenstaande) ouderen, voelen we een sterke verantwoordelijkheid om de toegankelijkheid en zichtbaarheid van theater te vergroten. We zien ook dat consumenten meer en meer last-minute beslissen hoe ze hun tijd alleen, met vrienden of familie willen doorbrengen. In hun keuze speelt de totaalbeleving en prijs-kwaliteitverhouding een steeds grotere rol. Niet alleen de voorstelling zelf, maar ook de voorpret, horeca, aftersales, sfeer en locatie dragen bij aan een geslaagde cultuurbeleving.

We koersen de komende 4 jaar op 232 professionele voorstellingen per jaar. Om de grootste publieksgroep in Venlo, de Proevende Buitenwijken, waarbinnen ook het grootste aandeel passanten te vinden is, beter te bedienen en herhaalbezoek te stimuleren, zullen we groeien in de genres cabaret, familie en muziek. Muziek is daarnaast ook een genre dat goed past bij de Lokale Vrijtijdsgenieter. Hiervoor programmeren we specifiek aanbod, dat ook vaker overdag plaatsvindt. Het aandeel Startende Cultuurspeurders woonachtig in Venlo is procentueel hoger dan het aandeel in ons klantenbestand. Met o.a. MP Backstage bieden we hen een plek waar ze zich thuis voelen. Bovendien, door het aandeel educatie-activiteiten gericht op het voortgezet onderwijs uit te breiden, bereiken we hen ook.

5.1 PUBLIEKSINZICHTEN

We weten steeds meer van ons publiek; wie het zijn, wat en wanneer ze kaarten kopen en steeds beter hoe ze te verleiden om vaker te komen. In 2024 zijn de huidige bezoekers (woonachtig in Nederland) geanalyseerd en gesegmenteerd op basis van het **Culturele Doelgroepenmodel**. Daarmee is meer inzicht verkregen in de (culturele) interesses van het huidige publiek en (potentiële) nieuwe doelgroepen, socio-economische kenmerken, media- en internetgebruik. Op basis van verrijkte data én interne data kunnen we waardevolle uitspraken doen over de groeiende aantallen, publieksbereik en -ontwikkeling, maar geven we ook richting aan onze strategie die de komende jaren de groeiende publieksaantallen voortzet.

} **OOK DE VOORPRET, HORECA, SFEER EN LOCATIE DRAGEN BIJ AAN EEN GESLAAGDE CULTUURBELEVING.**

Als vanzelfsprekend blijven we de Klassieke Cultuurliefhebber en de Weelderige Cultuurminnaar boeien met o.a. een meer maatschappelijke programmering, contextprogramma en artistiek hoogwaardig aanbod.

5.3 SPEERPUNTEN PUBLIEKS-BEREIK & -ONTWIKKELING

5.3.1 ONZE MARKETING & COMMUNICATIE IS DATA GEDREVEN

Door op slimme wijze interne en externe data te koppelen, kunnen we communicatie nog beter afstemmen op de persoonlijke informatie- en koopbehoefte van ons publiek. Hiertoe koppelen we het **Culturele Doelgroepenmodel van Whize aan ons kaartverkoopstelsel**. Niet alleen vernijken we daarmee klantgegevens, we krijgen ook inzicht in wie we niet bereiken. Het zogenaamde look-a-like publiek biedt interessante kansen. De communicatievoorkeur, het bezoekgedrag en persoonlijke interesses van de (potentiële) bezoeker wordt in de komende jaren leading in de marketing strategie.

We zijn blij dat de gemeente Venlo en haar culturele instellingen gezamenlijk kiezen voor het Culturele Doelgroepenmodel. Niet alleen ontwikkelen we op deze manier een **gezamenlijke taal**, we dragen bij aan de **gezamenlijke ambitie kunst en cultuur nadrukkelijk op de kaart te zetten en cultuurparticipatie en -bezoek te vergroten in Venlo en omgeving**.



Binnen de landelijke podiumkunstensector neemt Maaspoort een leidende rol in de doorontwikkeling van marketingcommunicatie door o.a. de mogelijkheden te onderzoeken die artificial intelligence en digitalisering bieden in het optimaliseren van werkprocessen, publiekscommunicatie en marketing.

5.3.2 DIFFERENTIATIE IN PUBLIEKSSTRATEGIE

Ook in publieksoontwikkeling is het Culturele Doelgroepenmodel leidend. Het model toont enerzijds hoe bezoekers, naarmate ze ouder worden en/of hun levenssituatie verandert, doorgroeien naar een nieuwe cultuurdoelgroep. Anderzijds geeft het model inzicht in de intrinsieke motivatie en behoeftes van bezoekers om (voor het eerst) te komen, terug te komen of veel vaker te komen. We combineren deze informatie aan inzichten verkregen uit interne data.

Zo laten verkoopdata zien dat het aandeel incidentele bezoekers bij Maaspoort (1 bezoek per jaar, hierna: passanten) met bijna 75% bovengemiddeld hoog is. Ruim de helft van deze passanten is nieuw publiek dat niet eerder een kaartje kocht voor een voorstelling of concert. Ruim een kwart van het aantal passanten komt het opvolgende jaar terug voor een voorstelling of concert. De belangrijkste redenen om niet terug te keren zijn 'aanbod' (een specifieke artiest komt niet ieder jaar terug), financiële situatie (kan het niet ieder jaar betalen), concurrentie (ik ga liever naar de bioscoop, festival of concert) of 'iemand anders koopt de kaartjes'.



Vastelaovend in Jocus Hoonderstal.



Venlose Revue.

Stimuleren herhaalbezoek

In deze gegevens liggen grote kansen voor de periode 2025-2028. Het is eenvoudiger om een bestaande bezoeker te verleiden terug te komen, dan een nieuwe bezoeker te werven. We streven ernaar het **aandeel passanten significant te verlagen**. Of beter: we **stimuleren herhaalbezoek binnen het seizoen voor passanten** (van passant naar light-user) of zorgen ervoor dat incidentele bezoekers ieder jaar ten minste één keer komen (ieder jaar passant); Dit doen we o.a. door de inzet van gepersonaliseerde e-mailmarketing, conversie op soortgelijke voorstellingen in aftersales, een gepersonaliseerde online bezoekerservaring op basis van online gedrag en betere doelgroepsegmentatie en -communicatie richting doelgroepen op basis van inzichten uit het culturele doelgroepenmodel. Op deze manier verhogen we het aandeel passanten dat ieder jaar komt van 25% (2024) naar 35% (2028). Het aandeel passanten dat doorgroeit binnen het seizoen naar een light-user (minimaal 2 bezoeken per jaar) groeit van 25% naar 30%.

Optimaliseren ambassadeursbeleid

Kernpubliek (bezoekers die meer dan 4 keer per jaar komen) gaan we **structureler aan ons binden**. Juist in deze tijd geven cultuurliefhebbers aan een **grote betrokkenheid** te voelen richting de kunsten. Hiertoe optimaliseren we ons ambassadeursbeleid, waarmee het publiek onze maatschappelijke en culturele ambitie (ook financieel) ondersteunt, directer betrokken wordt bij ontwikkeling en/of programma en daar voordeel voor ontvangt in de vorm van voorbespreekrecht, speciale avonden of exclusieve uitnodigingen voor contextprogramma's en premières.



We onderzoeken hoe we door middel van digitalisering de bezoekerservaring kunnen verdiepen, verrijken en verlengen. Denk aan het ontsluiten van digitale voorprogramma's, contextprogramma's terugkijken, online Q&A's voorafgaand of na voorstellingen en podcasts.

Analyse en inzichten

De relatie- en conversiestrategie gericht op zowel bezoekers als het bedrijfsleven wordt ondersteund door systemen als ITIX, Smart Connections, Yesplan en Power BI (2025), die onderling goed op elkaar aansluiten door middel van API-koppelingen. Door een koppeling te maken met het culturele doelgroepenmodel en de mogelijkheden van AI te onderzoeken, automatiseren we een gedeelte van onze publiekscommunicatie de komende periode. Niet alleen wordt het werk op deze manier efficiënter. Het stelt ons in staat doelstellingen op het gebied van conversie, retentie en traffic te formuleren en te monitoren.

5.3.3 OOK IN PUBLIEKSBEREIK ZIJN WE GRENZELOOS

We **vergroten de komende periode het aandeel bezoekers uit de Duitse grensregio** in samenwerking met onder andere Cultureel Platform Venlo en Venlo Partners. *Language no problem* voorstellingen, maar ook (Engelstalige) muziek, klassieke muziek, dans en opera zijn uitermate geschikte genres om bij de doelgroep onder de aandacht te brengen in zowel on- als offline uitingen. Op deze manier groeit het aandeel bezoekers uit Duitsland de komende periode van 2% naar 5%. Naast het onder de aandacht brengen van het aanbod, organiseren we groepsreizen vanuit Duitsland naar o.a. voorstellingen van Het Nederlands Dans Theater en Scapino Ballet Rotterdam. We zoeken in de komende periode nadrukkelijk naar partners en influencers die onze internationale ambitie ondersteunen.

Naast bovenstaande concrete doelstelling gericht op de grensregio, sluit onze ambitie aan bij een inclusievere samenleving. Maaspoort wordt **toegankelijker voor inwoners uit de stad en regio die (nog) geen Nederlands spreken als expats en inwoners met een migratieachtergrond**.

5.3.4 NIEUW PUBLIEK VINDEN, BINDEN EN BOEIEN WE SAMEN

Het vinden, bereiken, activeren en verbinden van met name nieuw publiek doen we samen met culturele, maatschappelijke en lokale partners. De komende vier jaar kenmerken zich door intensieve samenwerkingen in de stad en regio op zowel cultureel als maatschappelijk gebied.

DAAR WAAR WE DREMPELS KUNNEN VERLAGEN OF WEG KUNNEN NEMEN, DOEN WE DAT.

Doelgroepen voor wie theater niet vanzelfsprekend is, bereiken we door samen te werken met partijen waarmee zij verbonden zijn, die hun taal spreken, waarbij ze zich thuis voelen. Daarmee kan het initiatief van Maaspoort zijn, maar verloopt de communicatie over een voorstelling, evenement of bijeenkomst via externe kanalen. Maaspoort ontwikkelt hiervoor maatwerk communicatiepakketten, waarmee ze haar partners op eenvoudige wijze in de gelegenheid stelt doelgroepen te bereiken. Kaartverkoop voor evenementen verloopt via de website van Maaspoort. **Nieuw publiek, een grotere diversiteit en herhaalbezoek worden zo inzichtelijk en meetbaar**. Met partners wordt desgewenst een verwerkingsovereenkomst gesloten, zodat inzichten gedeeld kunnen worden.

5.3.5 WE VOELEN DE VERANTWOORDELIJK THEATER TOEGANKELIJKER TE MAKEN

Daar waar we drempels kunnen verlagen of weg kunnen nemen voor (nieuw) publiek doen we dat, omdat we een grote verantwoordelijkheid voelen **theater zo toegankelijk mogelijk te maken voor zoveel mogelijk mensen**. Met 'kinderen gratis' werden we (economisch) toegankelijker voor kinderen en jonge gezinnen. Jongeren bezoeken voorstellingen en concerten voor een vaste last-minute jongerenprijs van € 12,50.

Met de Duitse en Engelstalige vertaalfunctie op de website werden we digitaal toegankelijker voor *non-natives*. En met *language no problem* voorstellingen werd het programma toegankelijker.

De komende periode zetten we nog grotere stappen op het gebied van onze **digitale, fysieke, economische en sociale toegankelijkheid**. Zo omarmen we de WCAG-richtlijnen voor onze website door deze onder andere te voorzien van meer contrast, grotere lettertypes, prikkelvrije functies en meer structuur.

We onderzoeken het toevoegen van andere talen als Pools, Spaans en Frans en vragen gezelschappen teasers en trailers aan te leveren, voorzien van ondertiteling. De teksten worden herschreven naar B1-niveau en we introduceren on- en offline symbolen en pictogrammen om de begrijpelijkheid te vergroten.

Onze sociale toegankelijkheid vergroten we door een **grotere bewustwording van de diversiteit van onze bezoekers voor en achter de schermen**. Onze (nieuwe) bezoekers, collega's, partners en leveranciers voelen zich gerepresenteerd, omdat wij bewuste keuzes maken in taal en beeld, voelen zich gezien omdat we ze persoonlijk benaderen en voelen zich erkend, omdat we onze communicatie aanpassen op hun wensen, achtergrond of opleiding.

We worden **toegankelijker door samen te werken met lokale en regionale partners** en daar proactief over te communiceren. Mantelzorgers (mantelzorgwaardering) en inwoners met een laag inkomen (meedoenregeling) kunnen op vertoon van hun Stadspas voorstellingen bezoeken. Onze samenwerking met S.O.B. Venlo stimuleert cultuurbezoek onder (eenzame) ouderen en door Stichting Vier het Leven verwelkomen we jaarlijks honderden alleenstaande ouderen. Maaspoort is partner in het Silverfood initiatief, waarin samen met S.O.B. Venlo gezonde en gezellige kookworkshops worden georganiseerd voor ouderen. Hiervoor stellen we twee keer per maand de keuken van voorheen Cabillaud beschikbaar. Samen met Stichting Vluchteling verzorgen we theaterbezoek voor statushouders. We zetten onze samenwerking met stichting *Komt het Zien!* voort voor blinden en bezoekers met een visuele beperking, en bieden daarmee *meet & feels* en voorzien voorstellingen van audiodescriptie.

Daarnaast worden er de komende periode aanpassingen gedaan aan het gebouw, om onze fysieke toegankelijkheid te vergroten (zie hoofdstuk 7).

6. Hier komen cultuur & uitgaan samen Magneet aan de Maas



In de komende vier jaar maakt Maaspoort op het gebied van hospitality een grote verandering door, waarin **placemaking** het vertrekpunt is. Maaspoort; een inspirerende, toegankelijke, open en verwelkomende plek waar je graag wilt zijn. Een **belevisconcept met een sterke identiteit**. Een third place waar **cultuur, werken, ontmoeten, uitgaan en evenementen** samenkomen.

(Semi) publieke ruimtes worden steeds belangrijker als **ontmoetingsplek**. Daarin spelen je **prettig voelen, toegankelijkheid en sociale verbinding** een belangrijke rol. Bij cultuurbezoek voor doelgroepen die van nature minder vaak naar het theater gaan is **sfeer, aanbod, service, ontmoeting, gezelligheid en horeca** steeds belangrijker in de keuze wel of niet een kaartje te kopen.

Naast het culturele programma wordt 'de plek' Maaspoort de komende periode een belangrijkere reden tot bezoek. Maaspoort is er voor iedereen. Ook als je (in eerste instantie) niet voor een voorstelling komt. Door de publieke en horecaruimtes te herontwikkelen, verlagen we de drempels voor bezoek, dragen we als plek nog beter bij aan een levendige binnenstad, vergroten we de flexibiliteit van de ruimtes, verwelkomen we nieuwe doelgroepen en partners en vergroten we de mogelijkheden commerciële inkomsten te genereren.



Transformatie



Thuisgevoel



Betrokkenheid

Placemaking

is het proces waarbij ruimte (space) wordt getransformeerd in een betekenisvolle plek (place).

6.1 GEBOUWBELEVING

In samenwerking met CONTRAST, experts op het gebied van hospitality en placemaking, is in 2024 een belevenisconcept 2025-2028 opgesteld. Daarin transformeert Maaspoort van een theater met foyers naar een laagdrempelig, publiekstoegankelijk huis. Van theater naar cultuurhuis waar je graag wilt zijn en blijven. Een plek waar ruimte is voor ontmoeten, kunst en cultuur, werken, studeren, leren, vieren, verblijven, experimenteren en ontwikkeling.

Hiervoor zijn cijfermatig onderbouwde horecadoelgroepen gematcht aan het Culturele Doelgroepenmodel. Kansrijke doelgroepen in de stad en regio verbinden zich aan een **modern, uitbundig en dynamisch concept**, waarin **contact, diversiteit en service** centraal staan. Het Culturele Doelgroepenmodel laat zien dat oververtegenwoordigde doelgroepen in Venlo en omgeving, sfeer, de locatie, toegankelijkheid in prijsbeleid, gezelligheid en het horeca-aanbod doorslaggevend vinden in culturele bezoekerservaring.

Het aanbod van Maaspoort verplaatst, mede hierdoor, van high-end (Cabillaud) naar shared dining, een goede prijs-kwaliteitverhouding, laagdrempeligheid en een rooftop-belevenis. Door herinrichting en flexibilisering van de ruimtes maken we letterlijk ruimte voor beter passende horeca, commercie, randprogramma, werken en studeren.

Drie ingangen voor verschillende publieksstromen die samenkomen in Maaspoort; de hoofdingang voor theater- en zakelijke gasten, Backstage voor een spannende, urban beleving, en via de Oude Markt voor dagjesmensen, voorbijgangers, de buurt en stadsgenoten. De horeca is een integraal en verbindend onderdeel van het gebouwconcept.

Speerpunten in de ontwikkeling zijn de re-branding en inrichting van Bistro de Luif, het herinrichten van het entreegebied, het maximaliseren van voorstellingshoreca voor, tijdens en na evenementen en het versterken van de commerciële en culturele ambities en mogelijkheden van Maaspoort als geheel. De ontwikkeling laat een positieve omzetspotentie zien voor zowel Bistro de Luif, de rooftop en aangrenzende ruimte, commerciële activiteiten en de horecapotentie als geheel.

Placemaking in Maaspoort

Rooftop voor Venlo

Kern voor interne bezoekers

Begane grond voor gebied



ROOFTOP VOOR VENLO

In 2024 is in dit kader restaurant Cabillaud gesloten. De high-end formule past, ook financieel, niet langer in de visie om een toegankelijk, laagdrempelig en inclusief gebouw te zijn. Deze ruimte, in combinatie met het Scheuten Terras uitkijkend over de Maas, is uitermate geschikt voor een meer flexibele inzet. Van rooftop-bar in het weekend tot dé plek voor een bedrijfsevenement. Van pop-up private dining tot sfeervolle plek om na te praten (en borrelen) na een voorstelling of concert. Van singer-songwriter bij ondergaande zon tot winterbarbecue met collega's.

DE HELE DAG REURING IN HET GEBOUW

De kern voor bezoekers bevindt zich in de foyers voor en achter de schermen. Voor en na voorstellingen en concerten zijn de foyers de ontmoetingsplek voor gasten. Aan het begin van de avond bereiden artiesten zich voor in de mooiste artiestenfoyer van Nederland. Overdag zijn de foyers veelal ongebruikt.

In de komende periode stelt Maaspoort het iconische gebouw en haar ruimtes beschikbaar voor placemaking. Samenwerkingspartners als collega culturele instellingen, zakelijke eventpartners, onderwijsinstellingen, het Theaterhotel en lokale leveranciers en horeca gebruiken de ruimtes voor activiteiten die passen bij 'vrij om te doen' en 'hier kan het'; ontwikkelen, innoveren, genieten en ontspannen.

Maaspoort is hierin de regisseur en jaagt cross-overs aan. Hierdoor wordt de invulling diverser, is er reuring van vroeg tot laat en openen we ons gebouw voor nieuw publiek.

Zo onderzoeken we de mogelijkheid de foyers open te stellen als studieruimtes en inspiratieve plekken om te lezen, flexwerken of informeel vergaderen. In samenwerking met kunstpartners kijken we naar de mogelijkheid om doorlopend wisselende expositieruimte aan te bieden. Maar ook het geven van workshops of lezingen in de publieke ruimte behoort tot de mogelijkheden. Evenals bedrijfsbijeenkomsten in de open foyers, of aanschuif-inleidingen en -nagesprekken bij voorstellingen. We zeggen niet voor niets 'hier kan het'.

Naast de open ruimtes blijven de goed uitgeruste vergaderfaciliteiten in een culturele setting een belangrijk unique selling point van Maaspoort. Juist de combinatie van inspiratieve publieke ruimtes, zalen die volledig technisch uitgerust zijn en afgesloten vergaderruimtes past bij de trend van fading functies; plekken die gedurende de dag, afhankelijk van het publiek, veranderen van functie en sfeer.



PREVIEWnight in Maaspoort.

RESTOBAR AAN DE OUDE MARKT

De begane grond ondergaat als eerste een zichtbare verandering. Luif 2.0 presenteert zich als restobar aan het marktplein waar je van vroeg tot laat welkom bent, ook als je niet voor een voorstelling of concert komt. Met een eigen ingang benadrukt het kleurrijke en moderne Luif 2.0 haar zelfstandigheid. Een interne doorgang onderstreept de koppeling met het theater. Een shared-dining concept, goede prijs-kwaliteitsverhouding en vrolijke, gastgerichte medewerkers ondersteunen de laagdrempelige ambitie.

Het zomer- en winterterras zegt 'we zijn altijd open'. Iedere week is er Live@Luif; livemuziek om de verbinding met het theater te vieren, er is een openbare piano en een aanschuif tafel voor bezoekers die graag nieuwe mensen ontmoeten, liever niet alleen eten of gewoon het gevoel van 'koffie aan de keukentafel' willen ervaren.

6.2 COMMERCIËLE VERHUUR & EVENEMENTEN

Maaspoort is een aantrekkelijke locatie voor commerciële verhuur en evenementen. Met de toenemende druk op het genereren van eigen inkomsten, wordt de komende periode de **noodzaak tot het verhogen van de commerciële activiteiten groter.**

In aanvulling op de huidige portefeuille streven we ernaar minimaal 8 nieuwe, grote congressen te verwelkomen. Het aantal bedrijfsfeesten en particuliere partijen vergroten we met minimaal 10 extra per jaar. En minimaal 60% van onze zakelijke klanten komt het jaar erop terug voor een evenement.

Om dit te realiseren herpositioneren we Maaspoort als een inspiratieve locatie voor grote en kleine zakelijke bijeenkomsten. Hiertoe ontwikkelen we een conversiegedreven salesstrategie gericht op grote en kleine bedrijven in de regio, werken we samen met lokale en landelijke evenementbureaus en investeren we in zichtbaarheid in de internationale grensregio.

Commerciële evenementen

	2019		2023		2025		2026		2027		2028	
	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek	Aantal	Bezoek
Carnaval	15	10.230	9	5.843	9	7.500	9	7.500	9	7.500	9	7.500
Commerciële verhuur	295	18.815	373	32.277	330	36.300	340	37.400	350	38.500	360	39.600
Culturele presentaties	5	1.907	7	1.186	6	1.100	6	1.100	6	1.100	6	1.100
Totaal	315	30.952	389	39.306	345	44.900	355	46.000	365	47.100	375	48.200

Figuur 4. Aantal commerciële evenementen en geprognosticeerde bezoekersaantallen. Ten referentie: 2019, het laatste reguliere kalenderjaar pre-corona. 2023, het meest recente afgesloten kalenderjaar.



7. Hier is het goed geregeld

Een (financieel) gezonde bedrijfsvoering



Aan de strategische uitgangspunten en ambities zit een bedrijfsmatige kant, niets gaat immers vanzelf. Als publiek gefinancierde cultuurinstelling onderschrijven we als vanzelfsprekend de verschillende codes (Fair Practice Code, Governance Code Cultuur en de Code Diversiteit & Inclusie) en zijn we een eigentijdse werkgever voor vaste en oproepmedewerkers. 365 dagen per jaar vinden in Maaspoort zeer uiteenlopende evenementen en activiteiten plaats, ondersteund door hoogwaardige technische faciliteiten. Mensen en gebouw verdienen **voortdurende aandacht, ontwikkeling en investering.**

7.1 ONZE MENSEN

Fair Practice, gebaseerd op solidariteit, diversiteit, vertrouwen, duurzaamheid en transparantie, is onomstotelijk de basis voor ondernemen en werken bij Maaspoort. Voor iedereen die zich voor lange of korte tijd verbindt aan Maaspoort, contractueel of als zelfstandige, is de cao Nederlandse Podia leidend. Voor onze hospitality-collega's volgen we de cao Horeca.

Maaspoort streeft ernaar een **inclusieve, inspirerende en veilige werkomgeving** te zijn, waarin iedereen zich mag **ontwikkelen, gewaardeerd voelt en kan bijdragen aan de gezamenlijke groei, gezond cultureel ondernemerschap en een gelukkig bestaansrecht.** 'Hier kan het' is niet alleen onze toekomstvisie op papier, het is onze manier van denken, voelen en handelen.

We zijn mogelijkmakers, doorzetters, toekomstgrijpers en verbinders.

Om dit duurzaam te borgen zijn een vijftal kernwaarden geformuleerd:

- **Samenwerken & delen** | Samen bereiken we meer en we vinden het waardevol onze kennis en kunde te delen. Met collega's, collega-instellingen, makers en gezelschappen en als koploper in de sector.
- **Ondernemerschap** | We stimuleren onze collega's bij te dragen aan en verantwoordelijkheid te nemen voor het succes van Maaspoort.
- **Vrijheid** | Onze collega's krijgen de ruimte hun werk te doen op een manier die bij hen past, te zijn wie ze willen zijn en solidair te zijn richting de ander.
- **Persoonlijke ontwikkeling & groei** | We stimuleren persoonlijke en vakinhoudelijke ontwikkeling en groei.
- **Nieuwsgierig in technologie** | Technologische ontwikkeling gaat razendsnel. We geloven dat opleiding en kennisdeling angst wegneemt. En dat technologie en de mens hand in hand gaan.

7.1.1 SPEERPUNTEN IN WERKGEVERSCHAP

Geluk en welzijn is maatwerk

Een goede werk-privé balans is essentieel voor het welzijn van de medewerkers en vrijwilligers individueel én de productiviteit van de organisatie als geheel. We richten ons werkgeverschap op de levensfase van onze medewerkers en vrijwilligers. We begrijpen dat verschillende generaties gedreven worden door verschillende motivaties. Door meer **maatwerk in personeelsbeleid** zorgen we ervoor dat we gezond en gelukkig blijven.

We stimuleren **oprechte aandacht voor elkaar**, weten wat er gaande is in elkaars leven en grijpen in als de psychologische veiligheid in het geding is. Deze veiligheid is essentieel voor het welzijn van onze collega's en bewaken we stevig. We vieren regelmatig het leven en samenwerking. Omdat we elkaar belangrijk vinden en trots zijn op wat we gezamenlijk voor elkaar krijgen. En er is zorg of een vangnet als dat nodig is. Want we realiseren ons hoe belangrijk dat is.

Diversiteit en inclusie ontstaat niet vanzelf

We willen een sociaal, veilige en inclusieve werkomgeving zijn, waarin iedereen zich welkom en gewaardeerd voelt. En we realiseren ons ook dat dat voortdurende aandacht en dialoog vraagt. We geloven dat meerstemmigheid tot betere samenwerking en resultaten leidt. Ons wervingsbeleid is inclusief; bij gelijke kwalificatie, kiezen we voor nieuwe collega's die de diversiteit in de organisatie vergroten. In de manier waarop we onze organisatie representeren, zien we er scherp op toe dat we zo veel mogelijk verschillende mensen aanspreken en niemand uitsluiten. We voeren het gesprek met elkaar over onbewuste vooroordelen die kunnen leven en bieden daarvoor trainingen en workshops aan.

Iedereen verdient groei en ontwikkeling

We bouwen door aan een toekomst waarin iedere collega de kans krijgt te schitteren en bij te dragen aan het succes van Maaspoort. We stimuleren medewerkers en vrijwilligers beter te worden in hun vak, **persoonlijk te groeien en te presteren**. We investeren in leiderschap, stimuleren collega's persoonlijke en vakinhoudelijke talenten te ontwikkelen en geloven dat mensen blijvend moeten ontwikkelen om gelukkig te zijn. We leren van de wereld om ons heen en moedigen medewerkers aan de blik naar buiten te richten. We stimuleren hen andere theaters te bezoeken, elders stage te lopen, congressen en evenementen te bezoeken en inspiratie op te doen in andere branches. Voor deze ontwikkeling, opleiding en training is persoonlijke ontwikkelingsbudget beschikbaar. Een 360-graden feedbacksystematiek van beoordelen en ontwikkelen borgt de voortgang.

We zijn wendbaar

De wereld vraagt wendbaarheid van ons en dat vraagt iets van ons medewerkersbeleid. We moeten zorgen dat we flexibel zijn, mee kunnen deinen of versnellen waar nodig. We zijn in staat om elkaars werk over te nemen, verbeteren processen en werkmethoden anticiperend op wat gaat komen. We leren van elkaar en zorgen dat we geïnspireerd blijven, door kennis en ontmoetingen op te zoeken. **Ontwikkeling staat nooit stil**. Mogelijkheden die digitalisering, automatisering en artificial intelligence ons bieden, onderzoeken we. We grijpen die kansen aan ons werk slimmer en leuker te maken.



Collega bij de Rooftop bar.

7.1.2 ORGANISATIE

Maaspoort is een operationeel bedrijf met een gestroomlijnde organisatiestructuur. Deze ontwikkelt de komende periode door tot een structuur, waarin een **optimale balans is tussen strategie en operatie**. Strategische besluiten worden genomen op basis van feiten en cijfers en door afdelingshoofden vertaald naar de afdelingen. De afdelingshoofden en teamleiders voelen de verantwoordelijkheid alle collega's – al dan niet meetbaar – bij te laten dragen aan het succes van Maaspoort. Met veel initiatief en eigen verantwoordelijkheid stimuleren we alle collega's bij te dragen aan afdelingsdoelstellingen en daarmee aan Maaspoort als geheel. **Van de werkvloer tot het kantoor; samen zijn we Maaspoort.**

Directie, strategisch en operationeel management

De directie en de afdelingsmanagers vormen het strategische management team. Hier worden beleids- en bedrijfsbeslissingen genomen na zorgvuldige voorbereiding en afweging. De directie draagt eindverantwoordelijkheid voor alle bedrijfsbesluiten. Het operationele management team (directie, afdelingsmanagers en teamleiders) draagt gezamenlijk de verantwoordelijkheid voor de dagelijkse gang van zaken en aan- en bijsturing op basis van gestelde doelstellingen. Zij zorgen er binnen hun teams voor dat verantwoordelijkheden goed geborgd zijn en iedereen actief bijdraagt aan het succes van Maaspoort.

Deze toekomstvisie is de leidraad voor de periode 2025-2028. De ambitie, doelstellingen en meerjarenbegroting wordt in de komende periode ieder jaar door directie en managementteam vertaald naar **jaarplannen waarin strategische uitgangspunten tot een uitvoeringsagenda leiden met meetbare kpi's en een jaarbegroting**. De jaarplannen worden gemaakt door de afdelingshoofden met nadrukkelijke inbreng van de collega's. Op de jaarplannen wordt in het managementteam ieder kwartaal gereflecteerd om de voortgang te bewaken en eventueel bij te sturen.

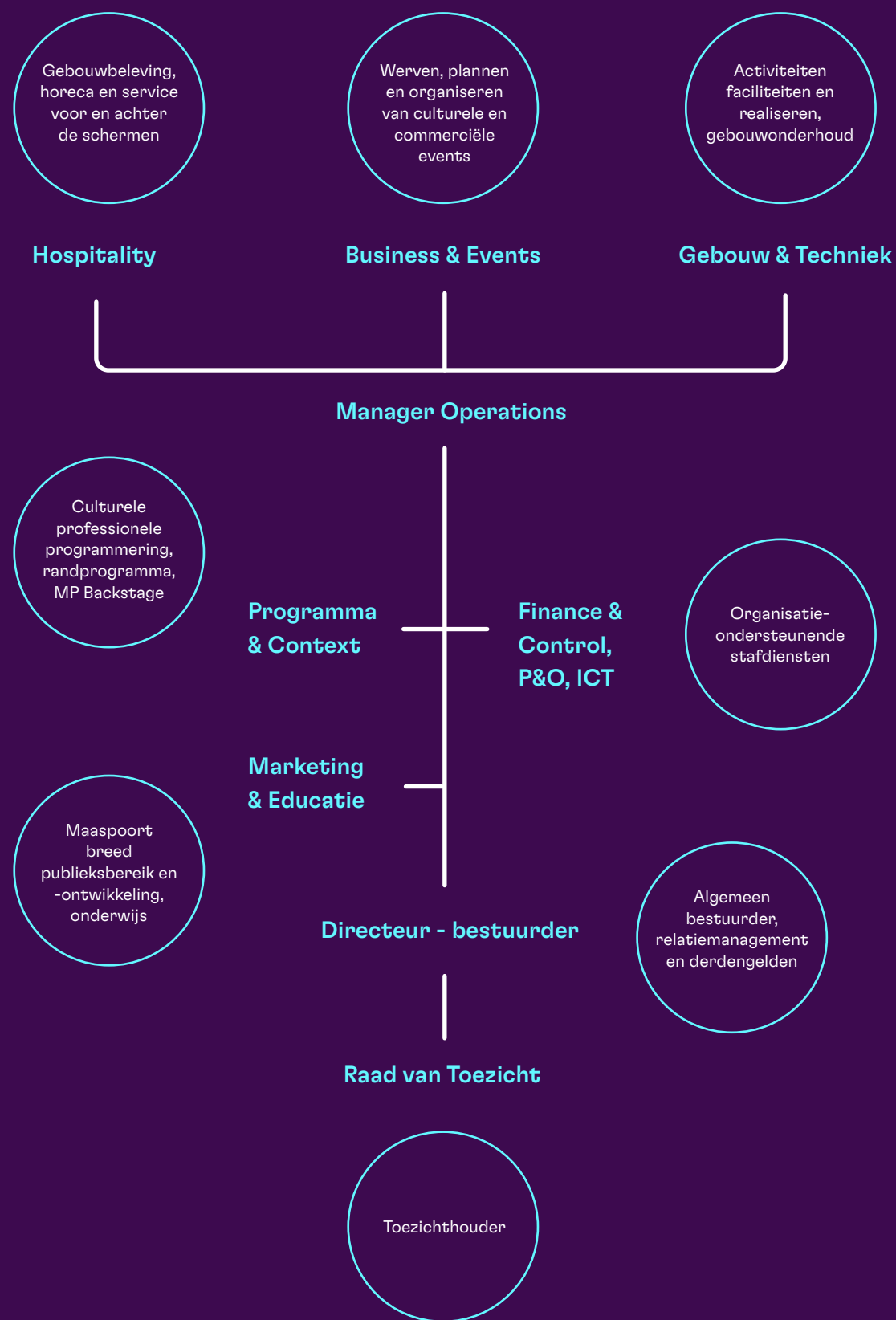
Toezichthouder

De Raad van Toezicht is het toezichthoudend orgaan. Zij houdt toezicht op het functioneren van de directie, het beleid en de algemene gang van zaken in de organisatie. Op gepaste afstand beoordelen en bewaken de toezichthouders de inhoudelijke en financiële risico's van onze plannen. Daarbij ligt de focus op de gevolgen van de optimalisatie van ons activiteitenpakket, het effect van de verwachte btw-verhoging, de exploitatie van de horeca en groei in derdengelden.



Collega's tijdens PREVIEWnight.

Organisatiestructuur



7.2 ONS HUIS

Maaspoort is een gebouw in het centrum van Venlo met een **grote lokale en regionale aantrekkingskracht**. Onze visie op gebouwbeleving, de ontwikkeling van het entreegebied met Luif 2.0, transformatie van de foyers – en het voormalige Cabillaud in het bijzonder – en de lancering van MP Backstage, vragen zowel in ontwikkeling als financieel en facilitair focus. Stap voor stap krijgen deze ontwikkelingen vorm, waarbij realisme, een sluitende begroting en een ondernemende business case leidend zijn.

Culturele en commerciële activiteiten vragen de komende periode het maximale van onze zalen, ruimtes, technische en facilitaire capaciteiten. Een goed onderhouden, eigentijds en zo optimaal mogelijk geoutilleerde organisatie die haar core business zo effectief en efficiënt mogelijk kan uitvoeren, blijft speerpunt in beleid en bedrijfsvoering. Bij het onderhoud en de vervanging van bedrijfsmiddelen en interieurs toetsen we op de criteria duurzaamheid, kwaliteit, flexibiliteit en meervoudige wendbaarheid.

Ontwikkeling entreegebied

Meest in het oog springend is de voorgenomen verandering van het entreegebied. Restobar / Luif 2.0 krijgt een eigen ingang. We onderzoeken het verplaatsen van de frontoffice naar Luif 2.0. Zo ontstaat er een levendig, kleurrijk en laagdrempelige ontmoetingsplek.

MP Backstage

De opening van de achterzijde van het gebouw, tegenover de ingang van Grenswerk, klinkt ingrijpend, maar is dat niet. De behoefte om deze reeds bestaande achteringang arty, edgy en laagdrempelig te houden, maakt dat we met minimale middelen een urban uitstraling kunnen realiseren. Binnen worden aangrenzende ruimtes zo ingericht dat makers, gezelschappen en partners hier zelfstandig kunnen werken. De vaste tribune verdwijnt uit de kleine zaal, om de ruimte een meer flexibele invulling te kunnen geven. Voor de beleidsperiode 2029-2032 wordt de haalbaarheid van een inschuifbare tribune onderzocht en de vervanging van de technische faciliteiten. Bij succes wordt de achteringang dan ook meer permanent vormgegeven.

Duurzaamheid

Onze gouden Green Key certificering vraagt de komende periode aandacht om deze te kunnen behouden. In 2025 wordt Maaspoort hiervoor opnieuw getoetst. Nieuwe eisen op het gebied van onder meer toegankelijkheid, food waste, leverancierskeuze, communicatie en inkoop vragen en krijgen onze aandacht.

Aan het gebouw verbonden noodzakelijke installaties zoals ketels zijn aan vervanging toe. We onderzoeken in samenspraak met onze buurman, de vervanging in de vorm van energiezuinige warmtepompen, ter aanvulling op de warmtekoudewinning vanuit het winkelgebied Maasstraat waar reeds gebruik van wordt gemaakt. Lampen in zowel de foyers als in de zalen (toneel) die aan vervanging toe zijn, transformeren we naar ledverlichting. We onderzoeken de mogelijkheid zonnepanelen te plaatsen.

Toegankelijkheid

De fysieke toegankelijkheid van Maaspoort aan de voorzijde is optimaal. Bezoekers kunnen via de hoofdingang een drempelvrije route kiezen naar de zalen. De toegankelijkheid aan de achterzijde wordt geoptimaliseerd.

Tekstuele bewegwijzering wordt de komende periode op een groot aantal plekken vervangen in universele pictogrammen. In 2024 hebben we het gebouw laten toetsen door bezoekers met een visuele beperking. De aanbevelingen en adviezen kunnen zonder noemenswaardige kosten uitgevoerd worden en zijn begin 2025 gereed. We onderzoeken of we bij specifieke voorstellingen prikkelarme ruimtes kunnen inrichten.

Per 1 januari 2027 wordt de binnenstad van Venlo een Zero-emission zone. We onderschrijven de noodzaak hiervan en onderzoeken wat dat betekent voor onze bereikbaarheid en toegankelijkheid voor leveranciers, bespelers en publiek.

Toekomst

De Hela zaal dateert uit 1984 en vraagt om aandacht. Nieuwe stoelen, meer beenruimte, een eigentijdse uitstraling en upgrade van de technische faciliteiten is gewenst, maar nog niet strikt noodzakelijk. We gebruiken de komende periode om te onderzoeken hoe we op duurzame wijze de Hela zaal in de opvolgende beleidsperiode kunnen vernieuwen.

Daarnaast dromen we van een nieuwe, uitschuifbare tribune in MP Backstage. Ook deze investering is niet opgenomen in deze beleidsperiode, maar wordt doorgeschoven.

7.3 DE CIJFERS

Financiële haalbaarheid blijft bij alles een belangrijk criterium, eenvoudigweg omdat we ook in de toekomst een financieel gezond bedrijf willen blijven. De afgelopen jaren waren onzeker, maar we toonden – ook financieel – veerkracht. De periode die voor ons ligt, werpt nieuwe uitdagingen voor onze voeten. De voorgenomen btw-verhoging op theaterkaartjes van 9% naar 21% moet worden doorberekend in o.a. de consumentenprijs. Onderzoek van o.a. de VSCD laat zien dat de prijsstijging voor een daling in de bezoekersaantallen van 5,5% gaat zorgen.

De stijgende energie- en personeelslasten zijn niet alleen van invloed op onze exploitatie, ook gezelschappen en artiesten kampen met hogere kosten. De inkoop van voorstellingen is simpelweg duurder geworden en we verwachten dat die trendlijn doorzet de komende jaren. Dit onder meer maakt dat in beleid financiële keuzes doorslaggevend zijn, zonder daarbij te stellen dat Maaspoort op alles moet verdienen of geen risico's mag lopen (want dat is inherent aan ondernemerschap).

We kiezen ervoor toekomstige positieve saldi in de exploitatie te investeren in onze kerntaak: het op een zo hoog mogelijk kwaliteitsniveau aanbieden van een breed scala aan activiteiten aan de inwoners van Venlo en de brede omgeving daar omheen. Daarnaast: investeringen die we doen aan het gebouw, zijn voorzien van een gedegen doorberekening die een positieve bijdrage aan de exploitatie onderbouwen.

7.3.1. BEHEREN, EXPLOITEREN EN KEUZES MAKEN

Scherp aan de wind

Maaspoort is voor ruim een derde van haar inkomsten afhankelijk van de gemeentelijke subsidie. Die subsidie wordt voor een groot gedeelte gebruikt voor de instandhouding van onze accommodatie, met de afschrijving als belangrijkste kostenpost. Daarnaast nemen de zakelijke lasten jaarlijks toe.

Maaspoort voelt een grote verantwoordelijkheid richting culturele partners in de stad, sociale en maatschappelijke partners, het onderwijs en bedrijfsleven. We delen onze kennis en kunde waar we kunnen. Maar we zijn ook realistisch. Stijgende kosten, het effect van politieke keuzes en een toenemend concurrentieveld, maakt dat we scherp aan de wind varen en gedwongen worden heldere keuzes te maken. Onze bijdrage aan samenwerking en het ondersteunen van partnerorganisaties mag niet ten koste gaan van onze eigen (financiële) bedrijfsvoering of de werkdruk op onze medewerkers.

We onderzoeken hoe we door automatisering en gebruikmaking van A.I. onze werkprocessen kunnen optimaliseren.



Aan de Waterkant in samenwerking met GRENSWERK.



Collega in de Hela zaal.

Exploitatie van onze activiteiten

De opzet, formule en inhoud van de culturele programmering verandert, het aantal activiteiten dat we programmeren houden we min of meer stabiel. Voor de komende jaren gaan we voor wat betreft de professionele culturele programmering uit van zo'n 232 voorstellingen en concerten die een gematigde groei in bezoekersaantallen laten zien (pagina 27). Het programmaresultaat levert een positieve bijdrage aan de exploitatie.

Het aandeel amateurproducties stabiliseert, maar het aandeel maatschappelijke activiteiten kent een verdere groei in zowel aantallen als bezoekersaantallen. De inkomsten die we hiermee genereren, leveren een positieve bijdrage aan de totaalbegroting en onze positionering als podium van de stad. Onze horeca, commerciële activiteiten en businessclub leveren een positieve en groeiende bijdrage aan de totaalbegroting.

Projecten vragen om eigen middelen

Initiatieven voor speciale doelgroepen en maatschappelijke en/of educatieve activiteiten met institutionele partners vallen grotendeels buiten de basisfinanciering van Maaspoort.

Vandaar dat steeds moet worden gezocht naar eigen financiering hiervan. Het feit dat we in de voorbije periode gratis theaterbezoek voor kinderen mogelijk hebben gemaakt, sterkt ons in die ambitie. Hier kunnen we dat.

Druk op inkomsten uit derdengelden neemt toe

Het zijn van een gesubsidieerde podiumkunstinstelling komt met grote verantwoordelijkheden richting alle inwoners van Venlo. Iedereen betaalt immers mee aan Maaspoort. We zorgen er ook in de komende periode voor dat iedere euro subsidie goed besteed wordt en dat we ervoor zorgen dat zoveel mogelijk mensen de weg naar Maaspoort of onze projecten op locatie weten te vinden.

Bij cultureel ondernemerschap horen ook in toenemende mate inkomsten uit derdengelden. Denk aan fondsaanvragen (FPK), particuliere giften en inkomsten uit een gezond ambassadeursbeleid. Mede hierom zullen we deze activiteiten in de komende periode verder ontwikkelen en zo doorbouwen aan een gezonde, financiële bedrijfsvoering.

7.3.2 MEERJARENBEGROTING OP HOOFDLIJNEN

We streven naar budgetafspraken met de gemeente Venlo voor een periode van vier jaar. Zo kunnen we vooruitkijken en tijdig anticiperen.

De komende vier jaar zijn we – na gesprekken met de gemeente – uitgegaan van dezelfde uitgangspunten die nu gelden. We weten dat de aard van het aanbod gaat veranderen, net zoals de vorm, de inbedding en de ontwikkeling van het publieksbereik.

Winst- en verliesrekening

	Realisatie		Begroting		Begroting		Begroting		Begroting	
	2023		2025		2026		2027		2028	
	€	%	€	%	€	%	€	%	€	%
Opbrengsten										
Theater	2.357.968	34%	2.425.046	33%	2.440.580	32%	2.469.806	31%	2.500.200	30%
Events	500.346	7%	585.000	8%	573.804	7%	595.600	7%	618.200	7%
Theater & Zaken	156.339	2%	182.132	2%	189.432	2%	209.127	3%	234.376	3%
Hotel	289.213	4%	283.676	4%	275.369	4%	279.572	4%	283.888	3%
Horeca	717.288	10%	894.250	12%	1.028.480	13%	1.174.350	15%	1.332.870	16%
Fondsen	112.793	2%	186.500	3%	189.020	2%	191.610	2%	194.250	2%
Diverse	219.780	3%	285.200	4%	289.217	4%	293.970	4%	305.110	4%
Totaal eigen opbrengsten	4.353.727	62%	4.841.804	65%	4.985.902	65%	5.214.035	66%	5.468.894	66%
Exploitatiesubsidie Gemeente Venlo	2.621.530	38%	2.615.753	35%	2.678.531	35%	2.742.816	34%	2.808.643	34%
Totale opbrengsten	6.975.257	100%	7.457.557	100%	7.664.432	100%	7.956.850	100%	8.277.537	100%
Kostprijs van de omzet	2.739.327	39%	3.296.835	44%	3.426.619	45%	3.588.740	45%	3.770.797	46%
Brutomarge	4.235.930	61%	4.160.722	56%	4.237.813	55%	4.368.110	55%	4.506.740	54%
Kosten										
Personeelskosten	1.832.255	26%	2.026.928	27%	2.109.896	28%	2.215.145	28%	2.320.118	28%
Afschrijvingen vaste activa	647.769	9%	663.313	9%	650.000	8%	650.000	8%	650.000	8%
Overige bedrijfskosten	1.737.014	25%	1.397.879	19%	1.412.948	18%	1.440.064	18%	1.475.863	18%
Financiële baten en lasten	52.134	1%	72.601	1%	64.969	1%	62.901	1%	60.759	1%
Totale kosten	4.269.172	61%	4.160.722	56%	4.237.813	55%	4.368.110	55%	4.506.740	54%
Exploitatieresultaat voor belastingen	-33.242	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%

Beknopte risicoanalyse

Risicomanagement staat op de agenda van de directie, het management en de Raad van Toezicht van Maaspoort. Er is binnen de organisatie een groot bewustzijn van de verantwoordelijkheid voor een rechtmatige en doelmatige besteding van de ontvangen middelen, evenals van de naleving van wet- en regelgeving. Daarom is er voortdurend aandacht voor de control cyclus. Dit is een continu proces, waarbij ieder jaar aanpassingen plaatsvinden in het kader van de beheersbaarheid. Dit wordt o.a. bereikt door processen verder te automatiseren. Dit resulteert in een inzichtelijk overzicht van de (gevolgen van de) risico's en de (voor-)genomen maatregelen om de risico's zoveel mogelijk te beperken.

Strategisch vinden we een gemiddelde risicobereidheid acceptabel in het uitvoeren van onze ambities. We willen als organisatie herkenbaar aanwezig zijn in de regio en zetten daarbij in op nieuwe laagdrempelige innovaties om dit te bereiken. De mogelijke risico's die dit met zich meebrengt, zijn acceptabel zolang deze initiatieven de continuïteit van de organisatie niet in gevaar brengen.

De risicobereidheid op het vlak van financiën is nihil. Alle financiën worden ingezet voor de uitvoering van onze taak als multifunctionele podiumkunstinstituut door aanwending in theater, evenementen, hospitality, ondersteunende diensten en toegestane nevenactiviteiten.

Onze operationele risicobereidheid is gemiddeld; een efficiënte bedrijfsvoering is essentieel voor de continuïteit van de organisatie. We kiezen ervoor verantwoordelijkheden zo laag mogelijk in de organisatie te beleggen en te sturen op resultaten. Hierbij worden alleen de zaken die belangrijk zijn om op te sturen daadwerkelijk vastgelegd in meetbare kpi's, waar op strategisch niveau vier keer per jaar wordt gereflecteerd om de voortgang te monitoren, dan wel bij te sturen. Maandelijks wordt gerapporteerd m.b.t. financiën, ziekteverzuim, bezoekersaantallen, klanttevredenheid, etc.

Op het gebied van compliance geldt tevens een laag risico; we voldoen aan alle onderdelen van de wet- en regelgeving, onderschrijven de geldende codes (Cultural Governance, Fair Practice en Diversiteit & Inclusie) en hebben toetsing van en reflectie hierop geborgd in onze toezicht en managementstructuur. Integriteit is een groot goed dan onlosmakelijk hiermee verbonden is.

FINANCIËLE HAALBAARHEID BLIJFT BIJ ALLES EEN BELANGRIJK CRITERIUM, EENVOUDIGWEG OMDAT WE OOK IN DE TOEKOMST EEN FINANCIËEL GEZOND BEDRIJF WILLEN BLIJVEN.

8. Hier is de samenvatting



'Hoi ChatGPT, daar ben ik weer. We hebben een strategisch beleidsplan geschreven voor Maaspoort, een podiumkunstinstituut in Venlo, Nederland. Zou jij het plan willen lezen en in maximaal 2 A4'tjes willen samenvatten?



Jazeker, hier is de samenvatting.

Managementsamenvatting Beleidsplan Maaspoort 2025-2028

Maaspoort staat voor een nieuwe periode, waarin de nadruk ligt op vernieuwing en versterking van haar culturele en maatschappelijke positie in de stad en de regio Noord- en Midden-Limburg. Het beleidsplan 2025-2028, getiteld "Hier Kán Het," schetst een ambitieuze en inspirerende toekomstvisie die draait om toegankelijkheid, samenwerking, en innovatie.

Strategische Doelen

- 1. Cultuur als Fundament:** Maaspoort blijft zich inzetten voor het versterken van de culturele infrastructuur, met een focus op het creëren van een inclusief en divers programma dat zowel lokaal als bovenregionaal van betekenis is. De organisatie wil bijdragen aan een inclusievere samenleving, waar cultuur een onmiskenbare rol speelt in persoonlijk geluk en gemeenschapszin.
- 2. Programmering en Publieksbereik:** Maaspoort zet in op een breed en divers programma met zes centrale programmaliijnen:
 - Speciaal voor Noord- en Midden-Limburg: Focus op unieke producties en grote, internationaal georiënteerde acts die Venlo op de kaart zetten.

- Publieksfavorieten: Bekende namen en populaire genres blijven centraal staan, met een optimalisatie op basis van publieksonderzoek.
 - Experiment en Talentontwikkeling: Ondersteuning van lokale en opkomende makers via MP Backstage, een nieuwe creatieve maakplaats en podium.
 - Voor Elkaar: Maatschappelijk geëngageerde programma's die inspelen op actuele thema's zoals mentale gezondheid, inclusie en duurzaamheid.
 - Van Eigen Bodem: Versterking van de banden met lokale makers en evenementen om de diepgewortelde gemeenschapszin te bevorderen.
 - Grenzeloos: Groei in het aantal voorstellingen en evenementen gericht op niet-Nederlandstalige inwoners en bezoekers uit de grensregio.
3. **Toegankelijkheid en Inclusie:** Maaspoort vergroot haar fysieke, digitale, economische en sociale toegankelijkheid. Initiatieven zoals gratis theaterbezoek voor kinderen, vaste lage prijzen voor jongeren en een grotere aandacht voor diverse publieksgroepen staan centraal in deze periode. De organisatie zet in op het wegnemen van drempels en het vergroten van de bereikbaarheid voor iedereen, inclusief minderheden en mensen met een beperking.
4. **Samenwerking en Partnerschap:** Maaspoort versterkt de samenwerking met regionale culturele instellingen, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Dit resulteert in gezamenlijke projecten en nieuwe initiatieven die de culturele en sociale cohesie in Venlo en omgeving bevorderen.
5. **Innovatie en Duurzaamheid:** Vernieuwing is een kernwaarde. Maaspoort blijft investeren in digitalisering, zowel in de bedrijfsvoering als in de bezoekerservaring. Duurzaamheid speelt een centrale rol in de keuzes die worden gemaakt, van programma's tot de exploitatie van het gebouw.

Bedrijfsvoering en Organisatie

Maaspoort streeft naar een financieel gezonde bedrijfsvoering, met een sterke focus op het genereren van eigen inkomsten via commerciële verhuur, horeca en fondsenwerving. Het personeelsbeleid richt zich op inclusie, veiligheid en persoonlijke ontwikkeling, waarbij het welzijn van medewerkers voorop staat. Daarnaast speelt de organisatie flexibel in op veranderingen in de sector en benut ze de mogelijkheden van technologie om haar processen te verbeteren.

Conclusie

Met de toekomstvisie "Hier kán het" zet Maaspoort de lijnen uit voor een periode van groei, vernieuwing en versterking van haar rol als culturele en maatschappelijke motor in Venlo en de regio Noord- en Midden-Limburg. Het theater blijft een plek waar iedereen welkom is, waar cultuur en samenleving samenkomen, en waar met lef en innovatie wordt gebouwd aan de toekomst.

Directie en medewerkers van Maaspoort nodigen iedereen uit om deel te nemen aan deze reis, omdat samen meer mogelijk is. "Hier kán het!"

Toekomstvisie Maaspoort 2025-2028 op hoofdlijnen

Speerpunt 1 Publieksbepalende evenementen	Raadsprogramma Centrumstad	
Hoe optimaliseren we de impact van culturele evenementen en festivals op zowel de culturele als maatschappelijke ontwikkeling van Venlo?	Groeiende on- en offline zichtbaarheid van herkenbaar, toegankelijk, artistiek hoogwaardig en professioneel (internationaal) programma met 232 voorstellingen en concerten. Grote namen en lokaal talent: je ziet het in Venlo.	19, 20
Waarom: Presentatieplek voor talent en makers, laagdrempelig het aanbod van onze stad zichtbaar maken, vergroten levendigheid ook in buurten en kernen.	Vaste bespelers en bekende ambassadeurs zorgen voor zichtbaarheid bij publiek.	19
	Vraaggestuurde, passende programmering (profiel Venlo en omgeving, Culturele Doelgroepenmodel, interne verkoopdata).	19, 29, 30, 31
	Ruimte in de agenda voor (terugkerende) Limburgse en Venlose artiesten, gezelschappen (amateurs, semi-professionals) en evenementen (o.a. vastelaovend, Venloop, Keti Koti, Suikerfeest).	20
	Als coproducent betrokken bij lokale talentontwikkeling (o.a. Club Lam of het Huis Noordzuiden) en regioproducties met landelijke uitstraling (o.a. Het Was Zondag in het Zuiden ('23) en Passiespelen ('26).	20, 21, 22
	Programmatische, technische of organisatorische bijdrage aan festivals en evenementen zoals als Zomerparkfeest, Limburg Festival en Aan de Waterkant.	22
	Inspirerende en toegankelijke dagopening Maaspoort, herpositionering Bistro de Luif en terras aan de markt, Scheuten Rooftop (al dan niet in combinatie met (dag-)programma in de publieke ruimte.	20, 37, 38, 39

Speerpunt 2 Positie makers	Raadsprogramma Centrumstad	
Hoe verbeteren we de positie van makers in de creatieve sector, zodat talenten kunnen bijdragen aan het culturele productieklimaat en het vestigingsklimaat.	Nieuw: MP Backstage; creatieve maakplaats en podium voor regionale makers, nieuw talent en een ruime blik (focus op jonge makers, een huis voor the next generation en de actualiteit).	21
Waarom: een creatieve laag van jonge makers is een essentiële humuslaag in een grote stad.	Serie 'In de Lift' voor (regionaal) talentvol cabarettalent van morgen.	20
	Vaste ruimte in de agenda voor jonge makers en spelers als Kollektief op Kracht, Nanoek, Club Lam, VIA ZUID en Orkater / De Nieuwkomers.	20
	Bijdrage aan talentprogramma's als Ik Speel op Zomerparkfeest of Opera-concours VCL.	20
	Stimuleren ontwikkeling en doorgroeimogelijkheden van amateurs en semi-professionals door aanbieden kennis en expertise (techniek, productie, marketing).	22
	Bieden van lagere tarieven voor culturele verhuur om podium van en voor de stad toegankelijk te houden voor lokaal talent en diepgewortelde lokale projecten	22
	Als coproducent zet Maaspoort zich in voor de betrokkenheid van lokaal talent (voor en achter de schermen) in regioproducties met een landelijke uitstraling.	20
	Stimuleren samenwerking met Duitse makers in o.a. project 'Onbegrensd Talent', introductie netwerksymposium (2025) voor regionale makers en Duitse makers uit grensregio.	22

Speerpunt 11 Samenwerking Culturele Veld		Raadsprogramma Centrumstad	
Hoe kunnen we de samenwerking binnen het culturele veld versterken, zodat programma en activiteiten (nog) meer afgestemd worden (ook met maatschappelijke partners) en extern nog meer zichtbaar is en breed publiek aantrekt?	Aanjager in het gebruik van het Culturele Doelgroepenmodel in Venlo en omgeving, ter bevordering van samenwerking, een gezamenlijke marketingtaal, nog betere afstemming van inhoud en publiek (stads- en regiobreed) en groei in cultuurbezoek.	32	
Waarom: een uitgebreid en zichtbaar cultureel landschap versterkt de aangename leefomgeving en de aantrekkelijkheid van de stad.	Initiatiefnemer en/of betrokken partner van Theater Dichtbij, Cultureel Platform Venlo, ZeBraLim (theaters in Zeeland, Brabant en Limburg).	9	
	Intensiveren en bestendigen samenwerking met o.a. regiopartners Laagland, Philzuid, Opera Zuid, VIA ZUID en Toneelgroep Maastricht (in programma en marketinginspanningen).	19, 20	
	Intensiveren samenwerking met Popronde, Nieuwe Helden en Kunstbende.	20, 26	
	Afstemming muziekprogrammering met Grenswerk, theaterprogramma met Theater De Garage, debat en context met Bibliotheek Venlo. Regionale afstemming met gezelschappen en speelsteden voor optimale spreiding t.b.v. publiekswerving.	9, 19, 22	
	Landelijk aanjager digitale innovatie in cultuur en inspirerende en ondernemende gesprekspartner over 'kinderen gratis' bij collega-instellingen in heel Nederland.	7, 9, 32	

HET THEATER BLIJFT EEN PLEK WAAR IEDEREEN WELKOM IS, WAAR CULTUUR EN SAMENLEVING SAMENKOMEN, EN WAAR MET LEF EN INNOVATIE WORDT GEBOUWD AAN DE TOEKOMST.

Speerpunt 4, 5, 6 en 7 Maatschappelijke waarde		Raadsprogramma Gezond en Actief	
Hoe wordt cultureel programma ingezet om positieve deelname aan de maatschappij te vergroten en de (mentale) gezondheid te vergroten?	Introductie programmaliijn 4: Voor Elkaar. Voorstellingen, evenementen en contextprogramma die de actualiteit centraal stellen.	20, 25, 26	
Waarom? We willen doormiddel van cultuur de weerbaarheid, zelfredzaamheid en (mentale) gezondheid van onze inwoners bevorderen.	6 thema's voor de komende 4 jaar: (mentale) gezondheid, inclusie, duurzaamheid, eenzaamheid, politiek en identiteit.	20	
	Organiseren inhoudelijke voorprogramma's, lezingen, randprogramma's in huis, of op locatie i.s.m. met o.a. Feministisch Platform, Venlo Kleurt, Stichting Vluchteling, House of Confetti, Werkgroep Maluku Venlo en Polish Events.	20	
	Samenwerkingen zijn altijd gericht op inhoudelijke verbinding (maatschappij, actualiteit en artistiek programma) en samen vinden, boeien en verbinden van nieuw publiek.	20, 21, 34	
	Continuering 'kinderen gratis', aanjager initiatief kunst en cultuur gratis maken voor alle jongeren tot en met 17 jaar in Venlo (2027).	7, 25, 26	
	Vergroten toegankelijkheid van communicatie (hanteren B1-niveau in publiekcommunicatie, in wayfinding vervangen teksten in universele iconen, automatische vertaalfunctie op de website).	35, 47	
	Introductie audiodescriptie bij een aantal voorstellingen, evenals meet & feels (in samenwerking met Komt het Zien! (regelmatige toetsing van gebouw en programma op visuele toegankelijkheid).	35, 47	
	Actief promoten van de meedoenregeling, mantelzorgwaardering, mogelijkheden theaterbezoek voor Vier het Leven (alleenstaande ouderen) en Stichting Vluchteling (statushouders).	34, 35	
	Inspirerende samenwerking met S.O.B. Venlo in o.a. het Silverfood Initiatief dat gezond eten en de ontmoeting van ouderen centraal stelt.	35	
	Doorontwikkeling ambassadeursbeleid Maaspoort door actieve deelname en inhoudelijk bijdrage van vrienden en partners.	32	

Speerpunt 8 en 9 Ontplooiing en Onderwijs		Raadsprogramma Gezond en Actief	
Hoe versterken we de relatie tussen cultuur en het (informele) onderwijs?	'Kinderen gratis' continueren voor zowel particulier als educatiebezoek, zodat we echt alle kinderen in Venlo bereiken.	25, 35	
Waarom: cultuur verrijkt en verbreedt het (maatschappelijk) perspectief en versterkt vaardigheden	Ontwikkeling van lesprogramma's bij onderwijsaanbod en onderwijsbrieven voor cultuurdocenten.	25, 26	
	Ontwikkeling van de pilot Taal & Talent i.s.m. Bibliotheek Venlo en Museum van Bommel (meer aandacht voor laaggeletterdheid).	25	
	Aanwezigheid language no problem voorstellingen in educatieaanbod voor VO, PO en hoger onderwijs voor leerlingen en studenten die de taal (nog) niet machtig zijn.	22, 25, 26	
	Ontwikkeling online theaterplatform voor de jeugd (t/m 12 jr) om zich online voor te bereiden op bezoek, het ervaren van kunst en cultuur of om meer te lezen/ontdekken over werken in het theater, acteur worden of muzikant.	25	
	Actieve promotie van de last-minute jongerenprijs (vaste theaterprijs van € 12,50).	26	
	Ruimte in de agenda maken en houden om schoolvoorstellingen (o.a. School's on Stage), de vooropleiding Musical van het Valuascollege, ArtEZ eindpresentaties, diploma-uitreikingen en studentenintroducties bij Maaspoort te laten plaatsvinden.	22, 26	
	Vanaf 2025 is de jaarlijkse voorronde van de Kunstbende bij Maaspoort.	20, 26	
	We Are Today is partner in jongerenmarketing en de positionering van Maaspoort en MP Backstage in het bijzonder.	21, 26	
	Op vrijwel alle afdelingen worden stage- en ontwikkelplekken aangeboden.	26, 43	

