

ZAAN THEATER STROOMT

Visiedocument 2024-2027





Visiedocument 2024-2027

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Terugblik	3
3. Podiumkunsten voor een vitale stad	4
4. Bezoekersprofiel	7
5. Publieksbereik	8
6. Onze koers: Missie & Visie	9
7. Artistieke keuzes	11
8. Zakelijke bedrijfsvoering	16
9. Financiën	19
10. Gebouw & Duurzaamheid	20
11. Vooruitblik	21

Bijlagen

1. Leefstijlen Mentality Model Motivation	22
2. Wat typeert de Plezierzoeker, de Verdieper en de Vernieuwer?	24

Zoals de Zaan van oudsher vers water, vracht en kracht door Noord Holland voert, zo brengt het Zaantheater een doorlopende stroom van vermaak, inspiratie en vernieuwing naar de Zaanstreek.

We zijn ontstaan aan de rand van het water, onder de rook van de stad, in een streek vol verhalen, met een geschiedenis van aanpakken, samen sterk staan en nuchter bijzondere dingen doen.

Wij bestaan om steeds opnieuw de sleur te doorbreken, de diepte op te zoeken, gedachten de vrije loop te laten en talent een podium te geven.

Zo stimuleren we mensen van allerlei stromingen om elkaar te ontmoeten, te ontdekken en zich te versterken met elkaars energie. Want stilstaand water verstikt, stroming brengt leven.

1. Inleiding

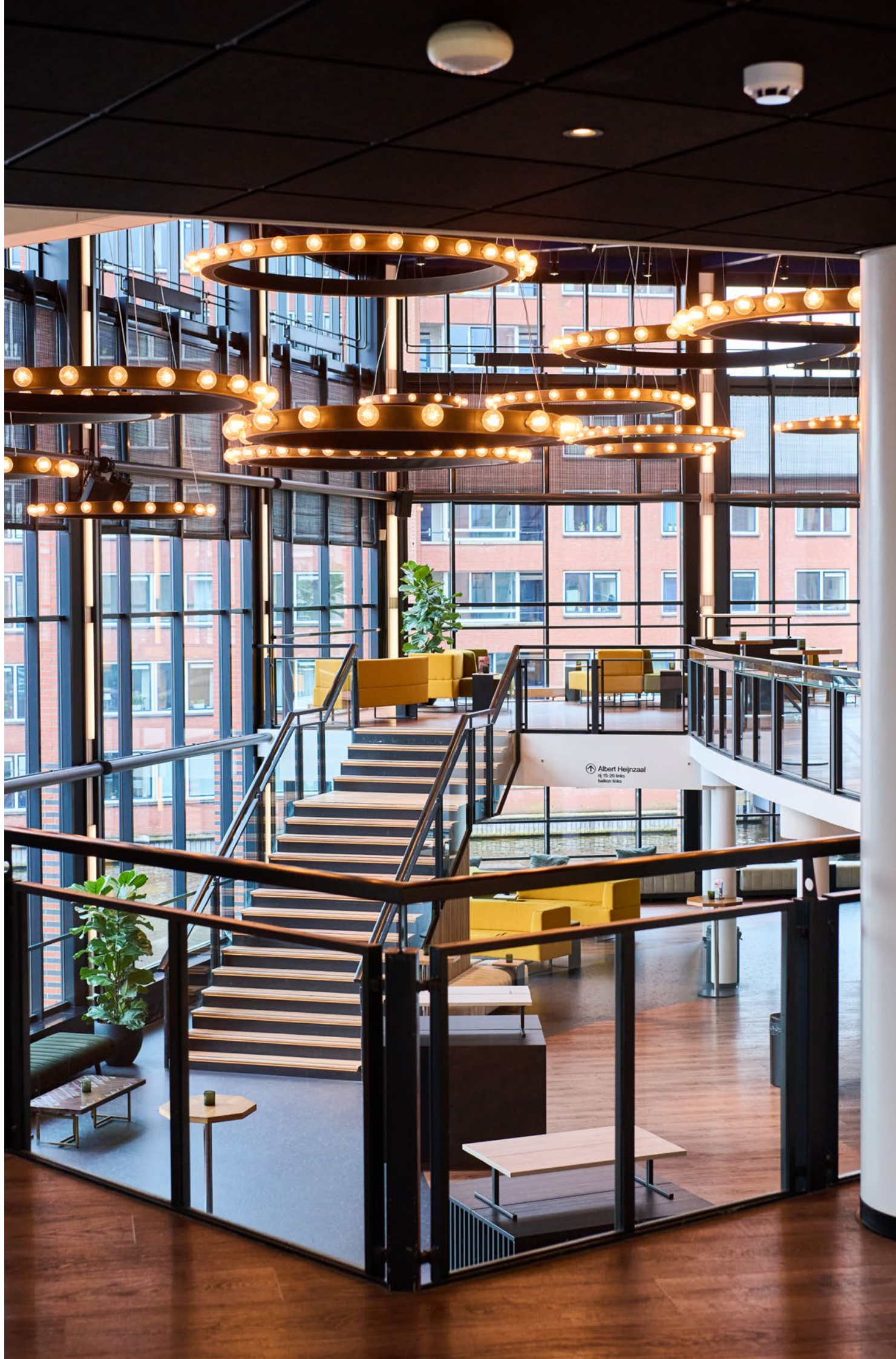
Deze beleidsnotitie beschrijft het profiel van het Zaantheater en onze visie op de te volgen koers in de periode 2024-2027. Wat maakt het Zaantheater uniek? Wat kunnen wij betekenen in onze regio? En hoe realiseren we dat dan?

Onze ambitie is om een bijdrage aan de gemeenschap te leveren door middel van podiumkunsten. Theaters zijn altijd plekken geweest waar werk wordt gebracht dat mensen kan raken, ontroeren en aanzetten tot reflectie.

Er zijn grote zorgen om verharding en polarisatie in de maatschappij. Er zijn zorgen om het klimaat, om oorlogen die woeden in Europa en daarbuiten, om de groter wordende kloof tussen arm en rijk.

De werkelijkheid van alledag gaat niet ongemerkt aan ons als theater voorbij. Het weerspiegelt in voorkeuren en gedrag van onze bezoekers, in de creatieve uitingen van theatermakers, in de thematiek en diversiteit van onze programmering. Ook de wensen, behoeften en beleving van onze medewerkers veranderen mee met de tijd.

In dit visiedocument leest u van waaruit we onze artistieke keuzes maken, hoe we dit organiseren en financieren en hoe we onze organisatie daar op inrichten.



2. Terugblik

De primaire taak van het Zaantheater als schouwburg met een regionale functie is het bieden van een divers aanbod aan podiumkunsten. Voor het kunnen faciliteren van zeer diverse, dagelijks wisselende voorstellingen en evenementen is een goed geoliede organisatie nodig.

In de afgelopen beleidsperiode is daarom gewerkt aan het verder professionaliseren van de organisatie. We hebben geïnvesteerd in de aanschaf en implementatie van diverse digitale systemen, we hebben ons pand qua gebruik en uitstraling aangepast aan de eisen van deze tijd en er is geïnvesteerd in verduurzamende maatregelen.

De structuur van de organisatie is gewijzigd van een klassiek hiërarchische opzet naar teams van experts. Hiermee houden we elkaar scherp, zijn de onderlinge werkrelaties constructief en bewerkstelligen we met elkaar, inclusief groeistuipen en tegenslag, een werkomgeving waarbij kwaliteit en werkplezier voorop staan.

Corona heeft ons ruim 2 jaar op 'pauze' gezet en ons medewerkersbestand is in die periode vanwege de pandemie en de sluiting van het theater gehalveerd om kosten te besparen. Desondanks schreven we dieprode cijfers. Met behulp van gemeente en Rijksoverheid hebben we onze deuren weer kunnen openen. De periode maart 2020-februari 2022 blijft een bijzondere episode in onze geschiedenis, die ons als organisatie ook reflectie en vernieuwing heeft gebracht.

Inmiddels staat er een geheel vernieuwde organisatie waardoor ruimte is gecreëerd om verder te ontwikkelen als theater met een nieuwe missie: van een uitsluitend reproducerend theater naar een theater met innovatiekracht en creativiteit als energiebron voor een vitale stad.



Het Zaan Showorkest speelt jaarlijks een theaterconcert in de grote zaal

3. Podiumkunsten voor een vitale stad

Het live aspect van podiumkunsten maakt een bezoek aan het theater speciaal; het draait om een persoonlijke beleving. Die beleving kan heel divers zijn; ontspanning en gezelligheid bij het zien van Publiekslievelingen gaan hand in hand met verdieping in specifieke onderwerpen bij onze themavoorstellingen. Theater ademt de tijdgeest en is een plek van interactie en dynamiek, van het delen van verhalen, voor reflectie op onszelf en op de maatschappij.

Uit diverse onderzoeken¹ weten we dat deelnemen aan cultuur interesse voor het onbekende stimuleert en kritisch en creatief denken bevordert. In een wereld die steeds meer gepolariseerd raakt, willen wij juist samenhang creëren. Cultuur verrijkt en draagt bij aan de waardering voor het woon- en vestigingsklimaat en heeft betekenis voor de stad en de regio. Een energiek theater straalt uit als een visitekaartje van een gemeenschap en draagt bij aan een vitale stad.

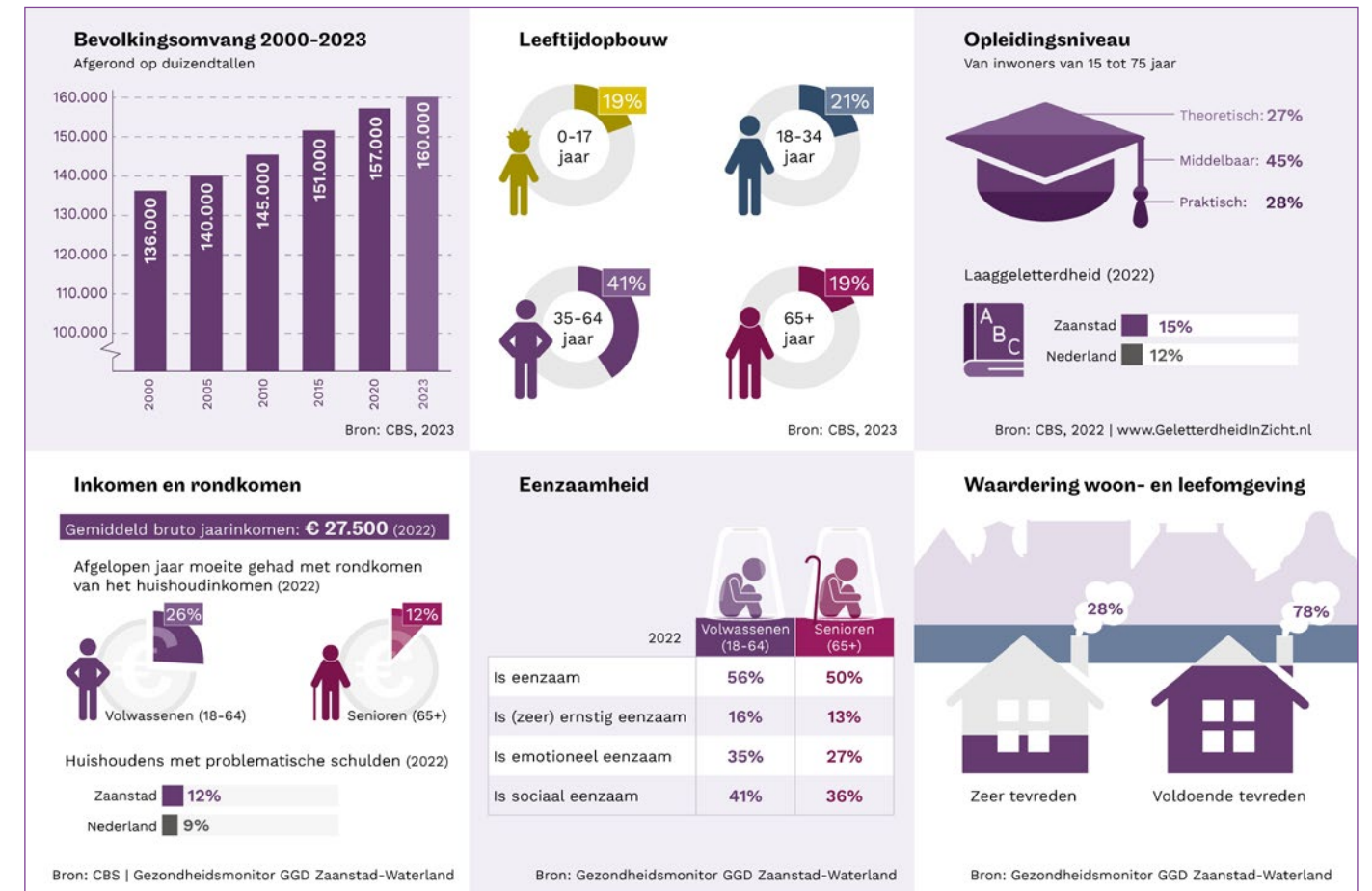
Zaanstad is in beweging en staat in het teken van bevolkingsgroei. Verwachting is dat we in

2040 een inwoneraantal van 180.000 mensen hebben bereikt. De sterkste aanwas valt in de leeftijdsgroepen 25-49 jaar en 65-plus. Ook is overloop uit Amsterdam plus de groei van Amsterdam Noord als aangrenzend stadsdeel, van invloed op de bevolkingssamenstelling in Zaanstad. Het aandeel inwoners met een migratieachtergrond is gelijkblijvend met 33%. Economische voorspoed is helaas niet een kenmerk dat voor de meeste Zaanse inwoners geldt; het gemiddelde bruto jaarinkomen lag in 2022 op € 27.500. Armoede, eenzaamheid en laaggeletterdheid zijn thema's die veel aandacht behoeven in onze regio.²

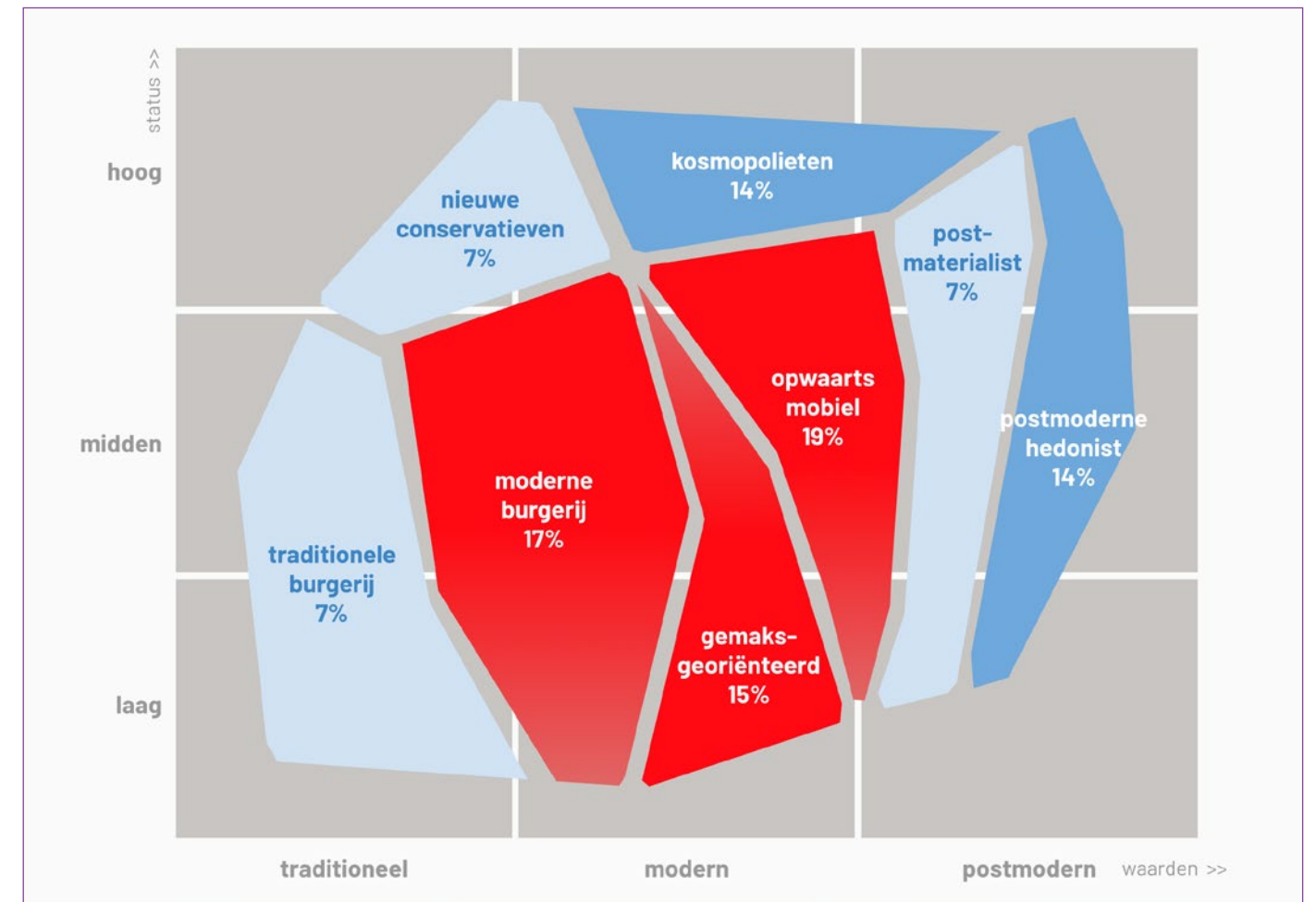
Het Zaantheater streeft ernaar om voor iedereen laagdrempelig, betaalbaar, herkenbaar en toegankelijk te zijn, en tegelijkertijd te prikkelen en grenzen te verleggen. De uitdaging is om onze bestaande achterban daarin mee te nemen; om nieuwe inwoners en (sub)culturen uit te nodigen om aan te haken én om ons vice versa te laten inspireren voor een rijk en breed gedragen programmering.

1. Bronnen: Boekmanstichting, VSCD, Cor Wijn, Erik Scherder

2. Bron: Zaanstad in cijfers



Figuur 1: Feiten en cijfers gemeente Zaanstad



Figuur 2: Leefstijlen Zaanstreek (extrapolatie)

4. Bezoekersprofiel

Bij het vaststellen van de doelgroepen van het Zaantheater baseren wij ons op een extrapolatie van het Mentality leefstijlenonderzoek en de Vrijtijdsprofielen van onderzoeksbureau Motivaction.

Het Mentality model heeft zich bewezen als een beter middel om het gedrag van mensen te verklaren dan de traditionele indelingen op basis van leeftijd, geslacht, opleiding en inkomen. Als wij onze bezoekers willen kennen, dan willen we graag zo goed mogelijk aansluiten bij hun belevingswereld. Vandaar dat wij het Mentality model hanteren binnen ons programmeringsbeleid en marketingstrategie.

In de Zaanstreek zien we Moderne Burgerij, Gemaksgeoriënteerd en Opwaarts Mobiel als dominante, streek-eigen groepen. Daarnaast heeft de Zaanstreek een instroom aan Kosmopolieten en Postmoderne Hedonisten vanuit buurtstad Amsterdam.

In bijlage 1 staan alle leefstijlen nader omschreven.

De levensstijlen vertalen zich in een specifiek vrijetijdsmodel met attitudegroepen. De vrijetijdsprofielen die hieronder zijn weergegeven in figuur 3 betreft de percentuele verdeling voor heel Nederland.

Als we de landelijke percentages afzetten tegen de verdeling zoals we die in Zaanstad zien komen we tot het volgende overzicht:

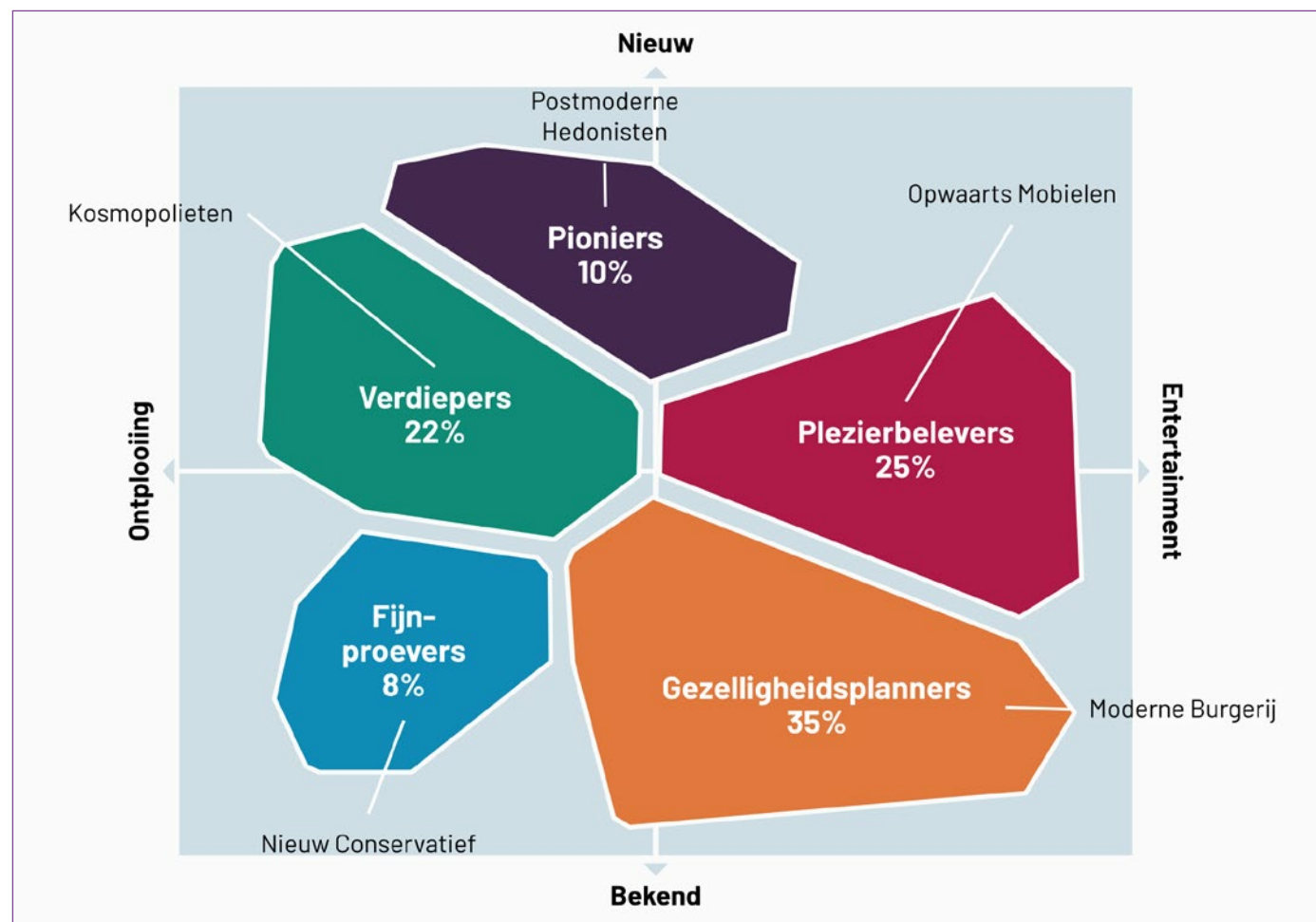
Leefstijl	Vrijtijdsprofiel	NL	Zaanstad
Gemaksoriënteerden + Opwaarts mobiel	= Plezierbelevers	25%	15+19=34%
Moderne burgerij + Traditionele burgerij	= Gezelligheidsplanners	35%	17+7=24%
Kosmopoliet + Postmaterialist	= Verdiepers	22%	14+7=21%
Postmoderne hedonist	= Vernieuwers/Pioniers	10%	14%
Nieuwe conservatieven	= Fijnproevers	8%	7%

Op basis van volume zijn de belangrijkste focusgroepen de Plezierbelevers en de Gezelligheidsplanners. Het Zaantheater voegt deze samen onder de noemer Plezierzoekers, aangezien Amusement bij deze groep bezoekers de gemene deler is.

Er is wel een nader onderscheid te maken in bestedingspatroon. De Gemaksgeoriënteerden zijn weliswaar Plezierbelevers, maar zijn minder makkelijk te verleiden om naar het theater te gaan.

Het genre Musical valt het meest in de smaak. Hun financiële ruimte is echter beperkt.

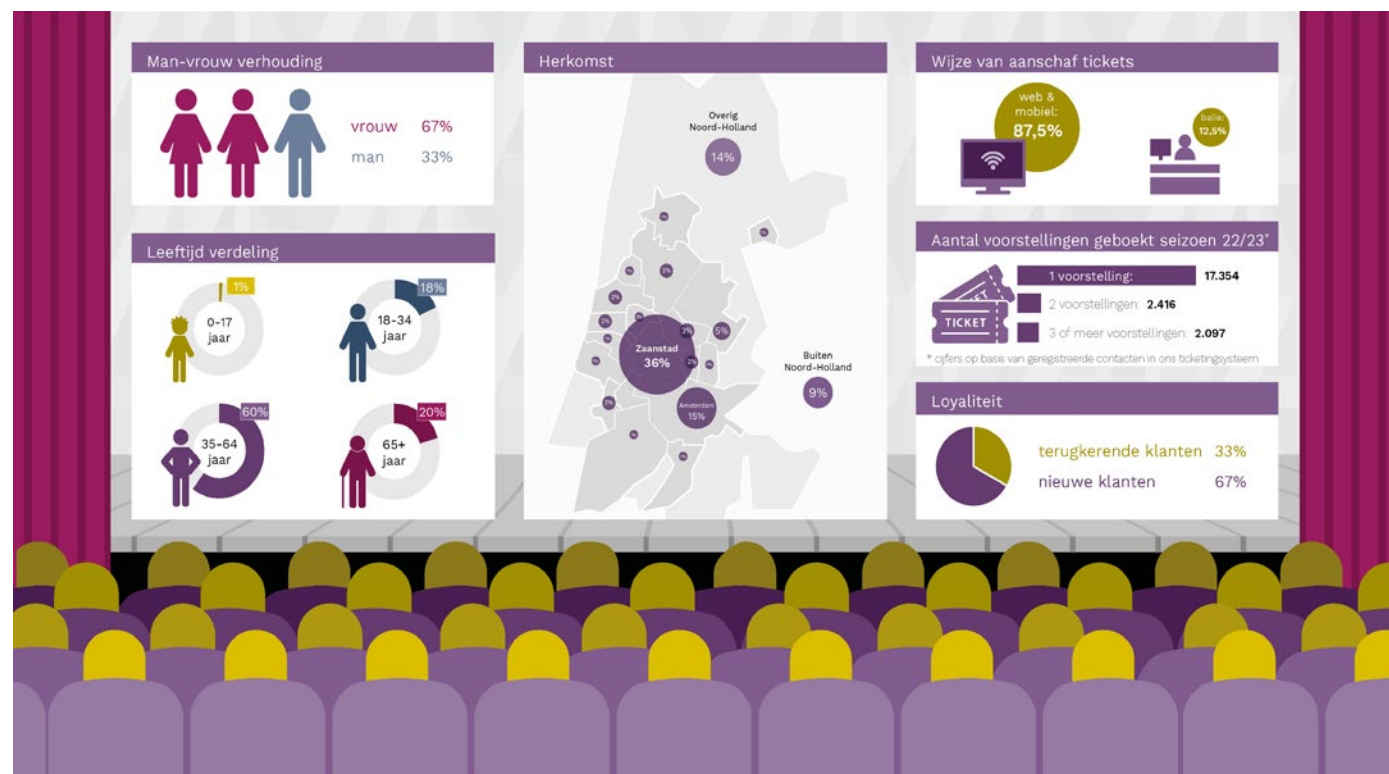
Het gedrag van de voor het Zaantheater belangrijkste attitudegroepen hebben we vertaald in 3 programmeringslijnen: **Vermaak**, **Vernieuwing** en **Verdieping**. Daarnaast is er nog een belangrijke rode draad: **de Verbinding**.



Figuur 3: Motivaction Vrijtijdsprofielen Nederland



Figuur 4: Stroom overzicht



Figuur 5: Wie kopen de kaartjes?

5. Publieksbereik

Het Zaantheater ontvangt gemiddeld 100.000 mensen per jaar voor bezoek aan een theatervoorstelling. Daarvan bezoeken 75.000 mensen een professionele voorstelling; 3500 mensen zijn bezoeker van een van onze festivals; 10.000 leerlingen wonen een jeugd of- schoolvoorstelling bij en ruim 11.000 bezoekers bezoeken een voorstelling van een amateurgezelschap.

De meeste bezoekers komen 1x per jaar; maar er is ook een grote groep (10%) die 3 of meer voorstellingen per jaar bezoekt. Tweederde van onze bezoekers is nieuw; dat wil zeggen dat zij in de afgelopen 3 jaar voor het eerst (weer) een kaartje hebben gekocht bij het Zaantheater. Waarbij moet worden aangetekend dat van die 3, in verband met de corona pandemie in 2020-2022 het theater grotendeels gesloten is geweest.

Wat wij ook zien is dat we nieuwkomers uit Amsterdam trekken, omdat populaire voorstellingen die in de hoofdstad al uitverkocht waren, bij ons nog te zien zijn. Deze groep nieuwe bezoekers ontdekt het Zaantheater als goed alternatief voor het Amsterdamse aanbod vanwege de prachtige ligging aan het water, het diverse aanbod, de prettige, de persoonlijke sfeer en gastvrijheid en het comfort van onze goed geoutilleerde theaterzalen.

Onze regionale functie komt goed tot uitdrukking als we kijken naar de herkomst van onze bezoekers; 36% komt uit Zaanstad, 26% uit de directe omgeving van Zaanstad, 15% uit Amsterdam en 14% uit de kop van Noord Holland. Slechts 9% komt van buiten de provincie Noord Holland.

In een regio waar een laag besteedbaar inkomen en een sobere levensstijl domineren, is cultuurbezoek niet altijd vanzelfsprekend. Het Zaantheater is er trots op veel draagvlak te hebben bij de Zaankanter, en jong en oud weet te bereiken voor een breed pallet aan voorstellingen.

Zaankanters met afstand tot theater door eenzaamheid, een krappe beurs, of (wederzijdse) onbekendheid met elkaars culturele achtergrond verdienen extra aandacht in relatiebeheer en dialoog, ter verrijking van een divers en breed gedragen programmering. De projecten en regelingen die we al doen om drempels te verlagen, worden in de toekomst daar waar mogelijk uitgebreid. Zie ook hoofdstuk 7.2 Cultuur die verbindt.

6. Onze koers

Van oudsher is de theaterbranche gericht op het faciliteren en reproduceren van bestaande voorstellingen. Met een samenleving die steeds rijker wordt aan culturen en subculturen, groeit ook de behoefte aan een breder aanbod, dat aansluit op hedendaagse thematiek en voorkeuren.

Interactie tussen makers en bezoekers, het (co-) produceren met professionals en/of amateurs en het presenteren van maatwerk maakt de theaterbeleving passender bij de hedendaagse theaterbezoeker. Het Zaantheater omarmt de ambitie om door middel van podiumkunsten van toegevoegde waarde te zijn voor een vitale stad. Onze missie is om een culturele rode loper uit te rollen voor alle bezoekers van jong tot oud, en hen gedurende hun gehele levenspad te vergezellen als inspirator, presentator of co-creator.

Missie

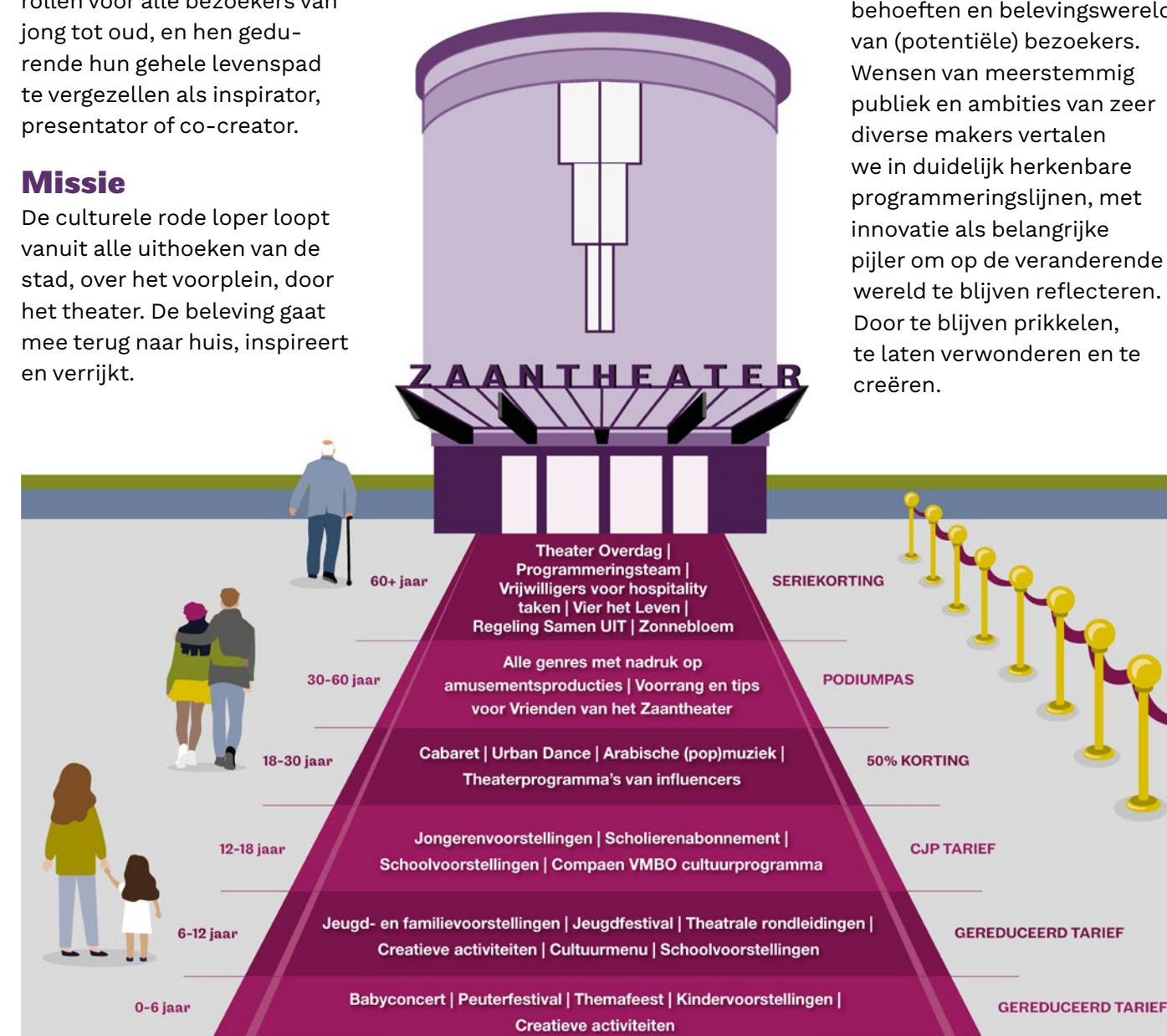
De culturele rode loper loopt vanuit alle uithoeken van de stad, over het voorplein, door het theater. De beleving gaat mee terug naar huis, inspireert en verrijkt.

Het Zaantheater is de mentale krachtcentrale van de Zaanstreek. Met een doorlopende stroom van vermaak, inspiratie en vernieuwing doorbreken we de sleur, verfrissen de geest, verdiepen de kennis en vergroten talent. Zo stimuleren we Zaankanters van allerlei stromingen om elkaar te ontmoeten, nieuwe verhalen te ontdekken en zich te versterken met elkaars energie: 'Het Zaantheater stroomt'

Visie

'Het Zaantheater Stroomt' geeft blijk van een blik op de wereld én op onze regio. We zijn geen passief doorgeefluik van podiumkunsten, we maken al jaren heel bewuste keuzes. We ontwikkelen een

programma dat inspeelt op de behoeften en belevingswereld van (potentiële) bezoekers. Wensen van meerstemmig publiek en ambities van zeer diverse makers vertalen we in duidelijk herkenbare programmeringslijnen, met innovatie als belangrijke pijler om op de veranderende wereld te blijven reflecteren. Door te blijven prikkelen, te laten verwonderen en te creëren.



Figuur 6: De culturele rode loper voor bezoekers van jong tot oud

↑ Albert Heijn
balkon links
→



7. Artistieke keuzes

7.1 Programmering

Binnen onze programmering staan de Plezierzoekers centraal. In aantal bezoekers en in bestedingen is dit de bezoekersgroep waar het Zaantheater zijn bestaansrecht aan dankt.

Daarnaast maken we een boeiend programma voor Verdiepers, zoals themavoorstellingen, een inleiding of nagesprek met de maker(s), een kijkje achter de schermen, een inspiratiesessie of

een lezing. Af en toe prikkelen we met bijzonder aanbod voor Vernieuwers. Met innovatiekracht en creativiteit verfrissen we de geest en dagen onze bezoekers uit open te staan voor nieuwe ervaringen.

De attitudegroepen hebben we vertaald in de volgende Programma labels:

Plezierzoekers	Cultuur die Vermaakt	Publiekslievelingen
Verdiepers	Cultuur die Verdiept	Mooie thema's
Vernieuwers	Cultuur die Vernieuwt	Verrassend bijzonder

7.2 Cultuur die verbindt

De rode draad die door onze gehele programmering loopt, ongeacht leeftijd of interessegebied, is Verbinding. Zoals reeds in hoofdstuk 3 is benoemd, en ook uit het trendrapport van Platform 31 blijkt, hebben veel inwoners van de gemeente Zaanstad te maken met kansenongelijkheid, gezondheidsproblemen, nadelige gevolgen van verstedelijking (sociale cohesie), en behoefte aan een meer gevarieerde economie, duurzaamheid en veiligheid.

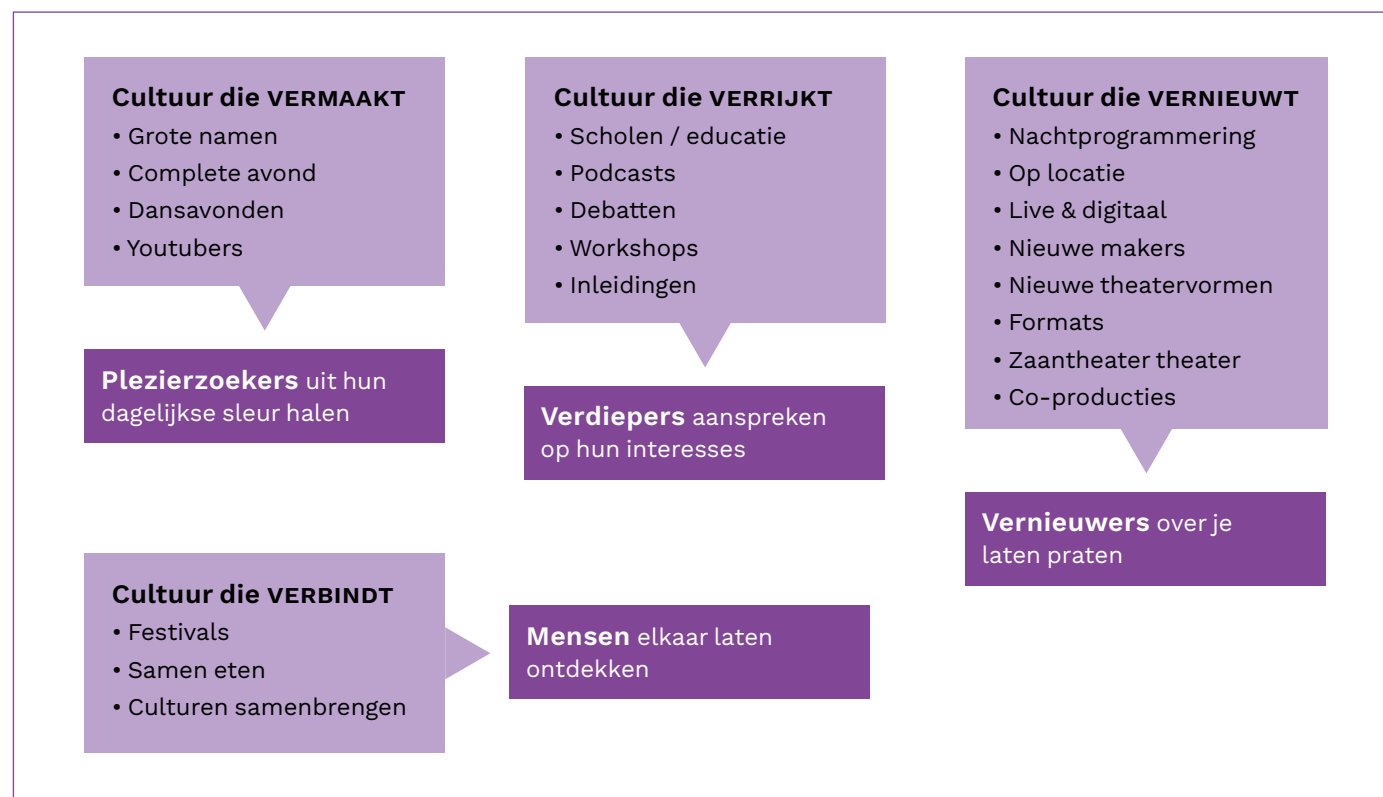
Het Zaantheater draagt graag bij aan een veerkrachtige gemeenschap. Wat doen wij al en waar zien wij mogelijkheden om mee te groeien met de ontwikkeling van Zaanstad?

Reeds verankerd:

- Cultuur is van jongs af aan voor iedereen toegankelijk. Met een programma-aanbod van 20-25% voor 0-18-jarigen, heeft het Zaantheater een zeer rijk palet aan kinder-, familie- en jeugdvoorstellingen.
- Daarnaast zijn er diverse schoolvoorstellingen voor het basisonderwijs (Cultuurmenu in samenwerking met Fluxus) en middelbare scholen. Nagenoeg alle scholen in de Zaanstreek komen jaarlijks over de vloer.
- Er zijn kortingsregelingen en seriekortingen, zie de Culturele Rode Loper in hoofdstuk 6.
- Er is een regeling voor mensen met een krappe beurs : Theater voor Iedereen. Deze regeling

voorziet in vrijkaarten, ter beschikking gesteld door producenten en artiesten, die we onder anderen distribueren onder leden van de Voedselbank, Jongerenloket Zaanstad, Stichting Prakkie 075 en het Weggeefhuis. De drankjes worden gesponsord door het bedrijfsleven en door de Vrienden van het Zaantheater.

- Er is een activiteit voor alleengaanden: Samen Uit. Mensen die wel willen komen, maar niet alleen naar het theater willen gaan, kunnen bij een flink aantal geselecteerde voorstellingen aansluiten bij andere alleengaanden en een gezellige gastvrouw van het Zaantheater. Uit gesprekken met onze gasten blijkt dat het de alleengaanden echt helpt en het de drempel verlaagt om er alleen op uit te gaan.
- Er is programmering voor de oudere doelgroep (60-plus): Theater op de dinsdagmiddag. De opzet is mede zo succesvol omdat een commissie van 60-plussers samen met onze programmeur de serie samenstelt. Dit maakt dat de serie goed aansluit bij de doelgroep. Bezoekers kiezen op basis van het programma label en in veel mindere mate op titel. De vaste bezoekers kun je met recht een community noemen; een aantal gaat inmiddels zelfs met elkaar op vakantie.
- Amateurgezelschappen, dansscholen en onderwijsinstellingen hebben de gelegenheid om tegen een cultureel tarief de grote of de kleine zaal van het theater te huren voor hun uitvoering of diploma-uitreiking. Gemiddeld 2.500 spelers per



Figuur 7: Samenvatting ideeën uit visie-workshop met medewerkers

jaar, grotendeels jongeren tot 18 jaar, staan dan zelf op het podium in het Zaantheater.

- Samenwerking met Zaanse Theatremakers zoals TG Winterberg, Motorblok/Kat op 't Spek, Fluxus en de Bieb gaat veelal over kennisdeling, brainstorm, ticketingverkoop faciliteren of gezamenlijk programmeren.

Wensen van meerstemmig publiek vertalen in programmeringslijnen is een ambitie die we niet alleen en niet uitsluitend vanachter onze bureaus kunnen en willen bewerkstelligen.

- Cultuurbezoek en cultuurparticipatie stimuleren we door contact te onderhouden met (potentiële) bezoekers via sleutelfiguren in onze samenleving, in specifieke communities en op platformen. Denk aan de **Keti Koti**-gemeenschap met themavoorstellingen en dialoogtafels, **De Zaanse Regenboog** voor thematisch aanbod, Wijkcentra en jongerenwerkers voor kennismaking met theater.
- Van oudsher is er een grote Turkse gemeenschap in Zaanstad. In seizoen 23/24 zijn we gestart met het programmeren van muziek uit het Midden Oosten. Zo kwam de jonge popster **Melike Sahin** over uit Turkije voor een exclusief en uitverkocht concert in het Zaantheater. Cabaretier **Mesut Sürre** deed zijn cabaretvoorstelling geheel in het Turks, eveneens voor een razend enthousiast tweetalig publiek.

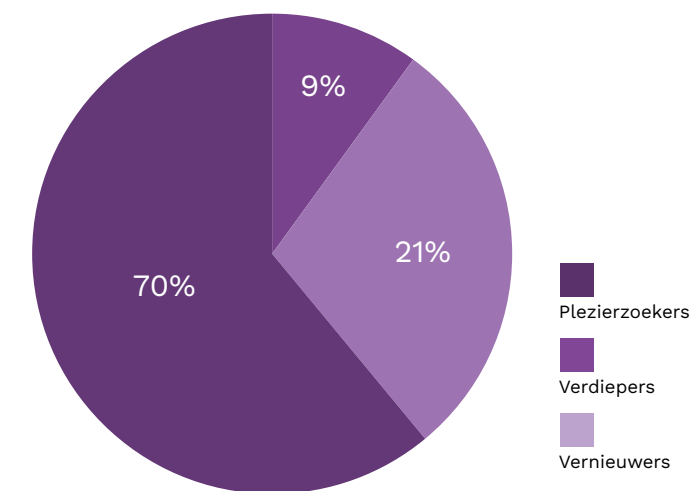
Waar zien wij mogelijkheden om te verbreden:

- We weten dat er niet alleen onder ouderen, maar ook onder jongeren veel gevoelens van eenzaamheid bestaan. We willen een Samen Uit-constructie opzetten met jongeren, zodat ook binnen deze leeftijdsgroep alleengaanden toegang hebben tot een sociaal veilige en gezellige avond.
- Educatie is nadrukkelijk een 360 graden-werkgebied: blijven investeren in interactie en dialoog met jongeren, voor structurele input.
- Voorafgaand aan Theater Overdag-voorstellingen komt er gelegenheid om met elkaar in het Zaantheater te lunchen voor een laag tarief, om ouderen - veelal alleenstaanden - te faciliteren in hun behoefte aan ontmoeting.
- Bij onze gratis toegankelijke kinderfestivals zien wij veel gezinnen met een cultureel diverse achtergrond. Een deel daarvan komt niet naar de reguliere programmering in het Zaantheater. We zijn voornemens deze groep bezoekers beter in kaart te krijgen en te onderzoeken wat een passend aanbod en een betaalbare regeling voor deze bezoekers zou kunnen zijn.
- Zaantheater is sinds 2023 aangesloten bij Pact Zaandam-Oost. Voor de kinderen uit de wijken die een culturele stimulans kunnen gebruiken willen wij een activiteit op maat aanbieden. We denken aan een programma waarbij zij zelf op het podium kunnen staan, zich presenteren, hun verhaal op passie kunnen delen.

- Zaanstad is ook een gemeente waar nieuwkomers welkom zijn; gevlucht uit Syrië, Oekraïne, of uit Afrika. Of hier geboren en getogen. Een derde van de Zaanse bevolking heeft een cultureel-diverse achtergrond. Programmering voor deze groep bezoekers valt vaak onder amusement of thematische voorstellingen. 'Language no problem' is veelal gewenst. Soms spelen Zaanse nieuwkomers een gastrol in een dergelijke productie, zodat de theaterervaring nog persoonlijker wordt. Samen met het COA zorgen wij dan voor invulling van deze rollen. Oekraïners nodigen we uit bij ballet uit hun zeer gemiste thuisland en hebben een ontmoeting met de dansers na afloop. Activiteiten voor nieuwkomers zijn wel ingebed in ons denken, maar niet structureel ingebed in onze programmering.

Op elkaars aanbod aansluiten, met elkaar samenwerken, elkaar versterken in kennis en kunde. Het Zaantheater zet in op:

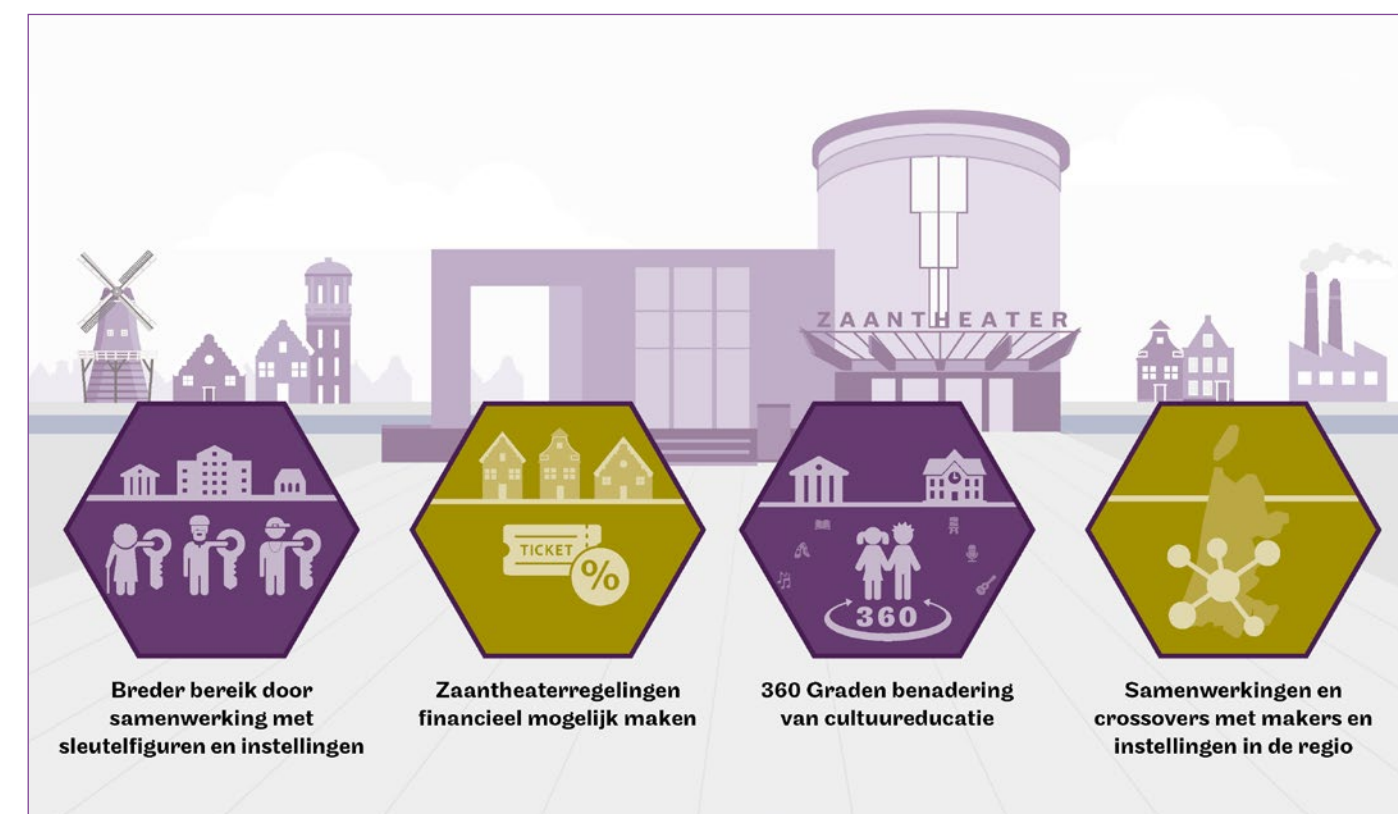
- Intensivering van de samenwerking met sleutelfiguren, maatschappelijke instellingen en (culturele) organisaties, om een breder aanbod te kunnen creëren voor jongeren en aantrekkelijker te zijn voor bezoekers met een cultureel diverse achtergrond;
- Kwalitatief verrijkende samenwerkingen aangaan met makers en culture instellingen in de regio, voor een breed cultureel aanbod gedurende



Figuur 8: huidige verdeling Mentality groepen binnen onze programmering

alle levensfasen van onze bezoekers. Daar waar mogelijk crossovers bewerkstelligen. Niet alle aanbod hoeft bij het Zaantheater vandaan te komen, het is wel belangrijk dat er een breed aanbod in de regio beschikbaar is.

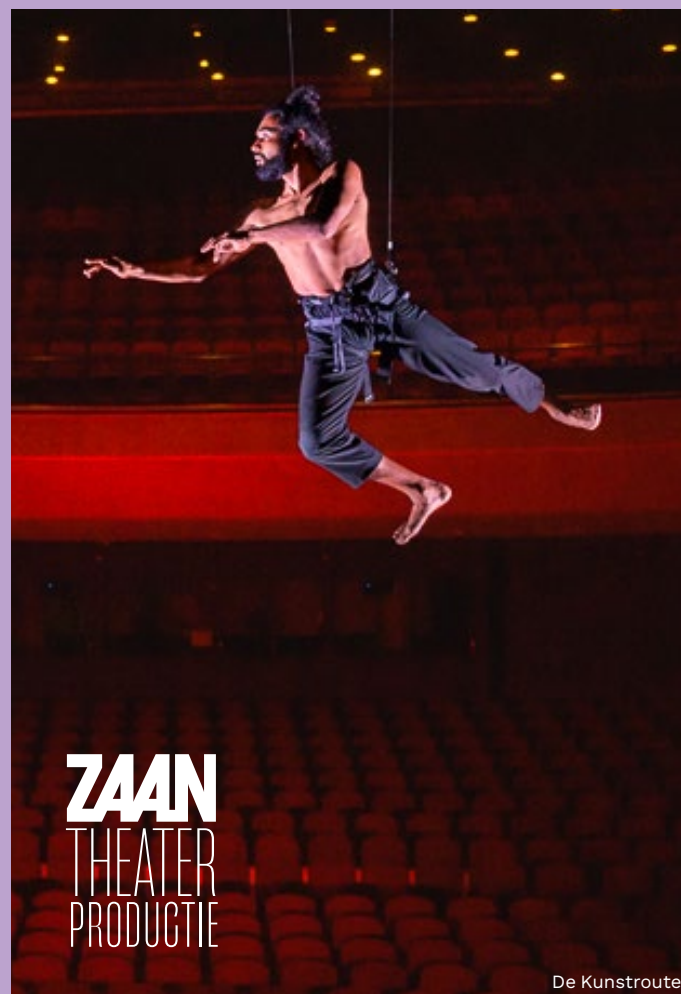
- Het resultaat is niet direct in geld uit te drukken, maar Verbinding als programmatische leidraad heeft impact op iemands welzijn. Het financieel mogelijk maken van regelingen door persoonlijk relatiebeheer en werving van gelden willen we in de komende jaren graag verder uitbreiden.



Figuur 9: Relaties - elkaar versterken in kennis en kunde



Acqua Alta



De Kunstroute



De Kunstroute

7.3 ZaanTheaterproducties

Ten behoeve van de profilering van het Zaantheater krijgen innovatie en creativiteit een meer centrale rol binnen het aanbod; het maakt het Zaantheater extra aantrekkelijk en uniek. Dit is nieuw per oktober 2023.

De term **ZaanTheaterproducties** is het programmabel dat unieke, door ons zelf geproduceerde of door ons samengestelde evenementen vertegenwoordigt. Het is exclusief te zien in het Zaantheater.

De term **ZaanTheaterexpo** staat voor wisselende kunstexposities in onze publieksfoyers. De start van de eerste expositie met werken van Rob Cerneus jr hebben we geïntegreerd in de Kunstroute, een ZaanTheaterproductie. Beeldende kunst en podiumkunsten zijn uitingen van verbeelding. De ene in vaste vorm, de ander is vergankelijk. Verbonden in creativiteit; divers in zijn verscheidenheid.

Voorbeelden van een ZaanTheaterproductie: Nieuw aanbod creëren, op maat voor onze bezoekers.

De Kunstroute is onze eerste eigen productie, onder het label **ZaanTheaterproducties**. Dit label geeft aan dat het gaat om een eigen productie, door het Zaantheater op maat gemaakt voor een speciale gelegenheid. In dit geval betrof het de start van het nieuwe theaterseizoen 2023/2024. Daarnaast wilden we het prachtige resultaat van de renovatie van het gebouw laten zien. Ook backstage - waar onze bezoekers normaliter geen toegang toe hebben. We vierden tegelijkertijd de vernissage van onze eerste beeldende kunst-tentoonstelling. Al deze onderdelen waren aanleiding voor een eigen productie. Het resulteerde in de Kunstroute; een bijzondere rondleiding door het Zaantheater waarbij beeldende kunst en dans op betoverende wijze samenkomen. Wegens bijzonder groot succes kent de Kunstroute een reprise in maart 2024. Al met al brengen we 22 keer deze productie. Geheim van het succes was het aanbieden van onbekende inhoud van artistiek hoogwaardig niveau, in een vorm die herkend werd: een rondleiding door het gebouw. De bezoekers waren buitengewoon verrast, onder de indruk, en nieuwsgierig naar 'meer'. Het heeft geresulteerd in het programmeren van een bredere dansserie in seizoen 24/25 met een aantrekkelijke seriekorting om het genre uit te proberen.

▶ Speel af: [Kunstroute video](#)

We willen het Zaantheater laten bruisen, door bijzonder aanbod samen te stellen.

Een geslaagd voorbeeld daarvan is onze jubileumproductie **Acqua Alta**. Door bestaand theateraanbod in een specifieke festivalsetting te combineren en te presenteren, ontstaat er een nieuwe dynamiek die van meerwaarde is ten opzichte van de losse elementen. In dit geval visueel theater waarin moderne technieken zoals motion capture, VR en AR een fantastische immersieve beleving oproepen. Bezoekers waren enorm verrast. "Nooit eerder zo iets gezien", "hoe weet je nou dat dit bestaat?" en "ik ben net ziek geweest, maar ik ga met meer energie de deur uit dan toen ik binnenkwam".

▶ Speel af: [Acqua Alta video](#)

Ook dit festival bevatte een programmering dat door veel bezoekers vooraf niet herkend werd. De verrassing en impact op de bezoekers was ook nu zeer groot en zeer positief. Onze bezoekers leren het ZaanTheaterproducties label te herkennen. Hiermee creëren wij artistieke vrijheid om innovatieve programmering te bieden voor een breed publiek. Of, zoals verwoord door onze bezoekers: "ik had geen idee waar ik heen ging maar jullie hebben altijd van die leuke dingen dus ik dacht: het zal wel goed zijn."

Bovenstaande twee producties zijn gemaakt in het kader van ons jubileumseizoen. Ook kleinere producties, zoals **Theater na de Dam** in 2024 met Debby Petter is een programma dat op maat gemaakt is naar behoefte van de bezoekers: kort, krachtig, laagdrempelig en in een fijne sfeer samen zijn.

Vanuit een positieve ervaring stimuleert het Zaantheater bezoekers om iets nieuws te ontdekken. Het geeft bezoekers, maar ook de spelers en onze medewerkers letterlijk meer energie.

8. Zakelijke bedrijfsvoering

8.1 Horeca & restaurant

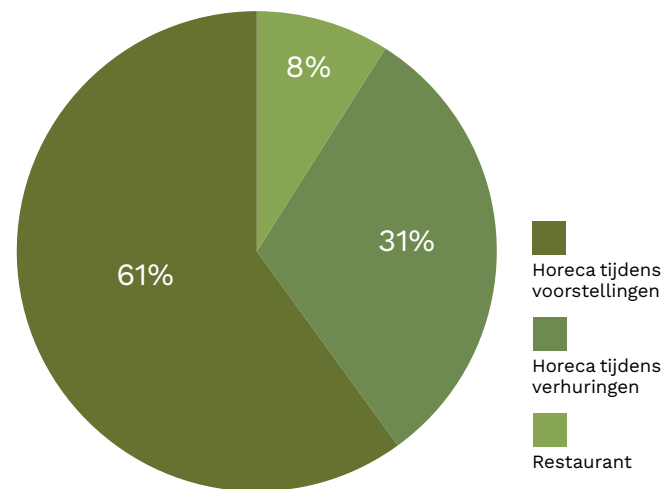
De horeca is een belangrijke pijler binnen het Zaantheater. De horeca in het Zaantheater beoogt van toegevoegde waarde te zijn in de beleving van de bezoeker door kwaliteit, gemak en sfeerbeleving. Bij alle voorstellingen is er een Pauze en/of Nageniet arrangement te bestellen. Bij bijzondere producties wordt er een speciaal arrangement opgetuigd in food & beverage en in randprogrammering, zoals een ladies night, of een dj en een cocktailbar. Een kenmerkend voorbeeld is bijvoorbeeld de musical Saturday Night Fever in de grote zaal; de kleine zaal omgebouwd tot disco met markante discovloer en de horeca biedt een Food Inferno arrangement aan. Totale topbeleving!

Met een goed aangeschreven Zaantheater Restaurant is de foodbeleving van grote toegevoegde waarde voor de bezoeker die een compleet avondje uit wil. Dit betreft voornamelijk de Plezierzoekers. Zij waarderen een goed verzorgde avond uit, en een bezoek aan ons inpandige restaurant met een fijn 3-gangenmenu hoort daar zeker bij. Gemak, kwaliteit en service verhogen de beleving van de bezoeker.

Het geheim van ons restaurant is de kwaliteit en de bezieling. We werken in co-productie met een zelfstandige chef-kok. Hij verzorgt het foodconcept en kookt in onze keuken met zijn eigen

keukenbrigade. Het Zaantheater regelt bediening, de marketing, de reserveringen. De bezieling is terug te vinden in de kwaliteit van het eten (herkenbaar met een twist) en in de aankleding en sfeer in het restaurant. Het restaurant levert een bescheiden positieve financiële bijdrage aan de exploitatie van het Zaantheater en een hoge bijdrage qua waardering getuige de gemiddelde bezettingsgraad van 74%.

De horeca in het Zaantheater beoogt door creativiteit en kwaliteit meerwaarde te creëren in de beleving van de bezoeker en aan de financiële exploitatie van het theater.



Figuur 10: Verdeling omzet horeca

8.2. Verhuur

De afdeling Sales beheert niet alleen de commerciële maar ook de culturele verhuringen. Aangezien de agenda van het theater al grotendeels gevuld is met theatervoorstellingen, heeft de potentiële huurder, zeker op korte termijn, geen ruime keuze in data. Het veelvuldig niet kunnen plaatsen van interessante aanvragen in combinatie met de financiën die hard nodig zijn uit deze inkomstenbron, maakt dat we een iets andere koers gaan varen op het gebied van commerciële verhuringen.

Voor de commerciële markt geldt dat het Zaantheater zich meer gaat richten op het binnenhalen van grotere events, die jaarlijks terugkomen. Op die manier is de financiële basis

meer geborgd, is de druk op de agenda minder groot en de klanttevredenheid neemt toe omdat de voorkeursdatum tijdig kan worden gereserveerd. Ook helpen wij commerciële events *next level* te bereiken. Door theatertechische en creatieve input te leveren helpen wij de organisator een event neer te zetten dat logistiek en facilitair tot in detail goed doordacht is en dat door de theatrale setting en vakmanschap nergens anders te evenaren is. Dit levert tevreden klanten met herhaalopdrachten op.

Voor de amateurspelers uit onze gemeente geldt dat we jaarlijks een periode van zes weken voorafgaand aan de zomervakantie blokkeren voor de uitvoering van schoolmusicals, einde jaar presentaties van dansscholen en diploma-

uitreikingen. Daarmee beslaat het een significant deel van ons aanbod. Het Zaantheater vindt het bieden van een podium aan spelers uit de regio belangrijk. Zelf op het podium staan is, zeker voor kinderen, een ervaring om nooit te vergeten. Organisaties van huurders met een maatschappelijk belang draaien vaak op de bereidwilligheid van vrijwilligers of een paar enthousiaste docenten. Budgetten van deze groep spelers zijn vaak erg krap. We bieden deze groep huurders een cultureel tarief voor de zaalhuur en faciliteiten.

8.3. Organisatie & medewerkers - Welzijn

Het HR-beleid van het Zaantheater is gericht op het creëren van een professionele werkomgeving waarin medewerkers gestimuleerd worden om hun vaardigheden en kennis verder te ontwikkelen. Er is ruimte voor training en opleiding ter ondersteuning van persoonlijke en professionele groei. Medewerkers worden aangemoedigd om eigenaarschap te nemen over hun werk en verantwoordelijkheid te nemen voor hun taken en resultaten. Dit betekent dat zij de ruimte krijgen om zelfstandig beslissingen te nemen en initiatief te tonen binnen hun functie.

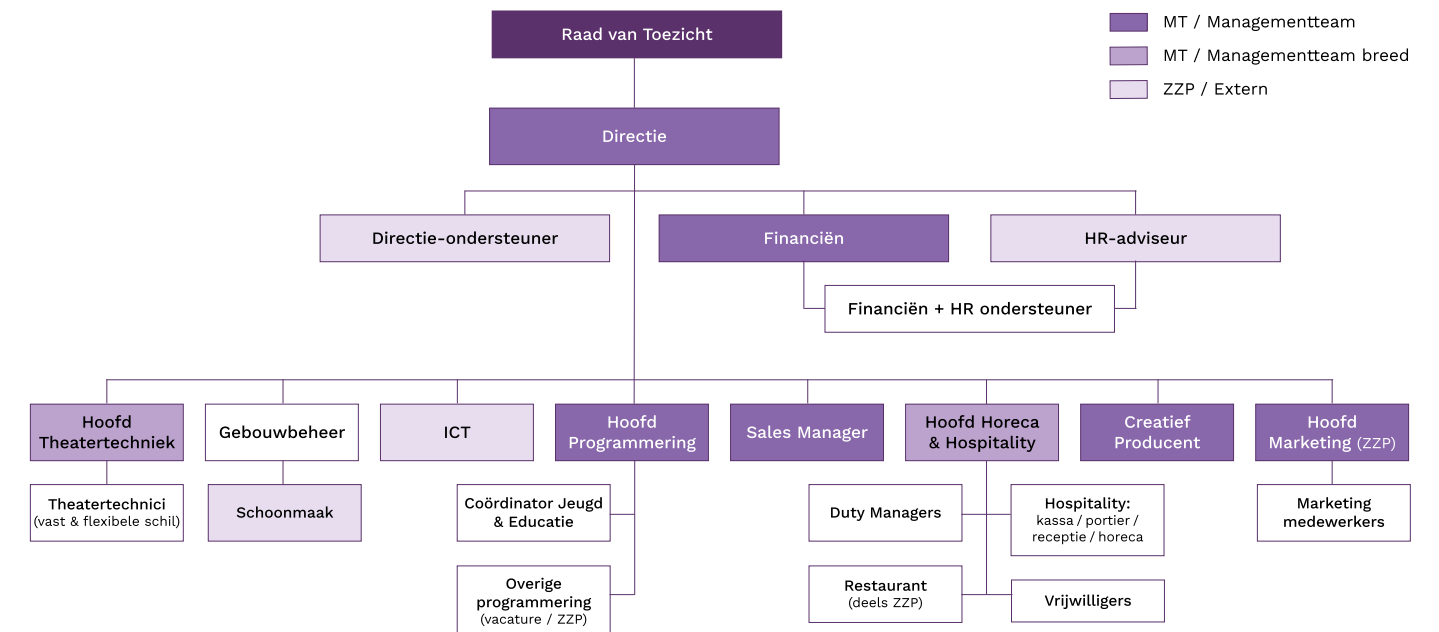
Samenwerken staat centraal in het Zaantheater. Iedereen wordt gestimuleerd om samen te werken met collega's, teams en andere afdelingen om gezamenlijke doelen te bereiken. Er is aandacht voor het creëren van een positieve en stimulerende werkcultuur waarin samenwerking wordt gewaardeerd en gestimuleerd.

Bundeling van krachten

Amateurorganisaties die niet de slagkracht hebben voor een opzichzelfstaand evenement kunnen wij, in voorkomende gevallen, bundelen zodat de grotere setting voldoende impact heeft en de benodigde kwaliteit boost krijgt. Het Zaantheater onderzoekt of wij die initiatieven kunnen bundelen en kunnen inbedden in een krachtiger context om zo een succesvolle uitvoering mogelijk te maken.

Er is aandacht voor een goede balans tussen werk en privé, zodat we kunnen blijven presteren en ons kunnen blijven ontwikkelen. Er wordt rekening gehouden met de persoonlijke behoeften en omstandigheden, zodat medewerkers zich gesteund voelen en optimaal kunnen functioneren. Ook bij het aantrekken van talent is dit structureel een aandachtspunt. Onze ervaring is dat dit een positief effect heeft in de gehele organisatie op zaken als werkplezier en service niveau.

Als wendbare organisatie werken we met een vaste kern aan medewerkers en een schil van (zelfstandige) externen. Deze externen zijn inzetbaar daar waar nodig, met expertise en innovatiekracht. Deze organisatievorm biedt flexibiliteit en een professioneel kennisniveau. Een aandachtspunt is de continuïteit en beschikbaarheid.



Figuur 11: Organogram Zaantheater, functies per 1-1-2024

De organisatie bestaat d.d. 1 januari 2024 uit gemiddeld 32 fte.

We kiezen voor een bewuste selectie van functies voor het MT (Managementteam); niet elk hoofd van een afdeling is automatisch lid van het MT. Uiteraard zorgen we er wel voor dat alle afdelingen zijn vertegenwoordigd.

- Uitgangspunt voor deelname aan het MT is de verantwoordelijkheid voor de strategische ontwikkeling van het Zaantheater.
- Binnen het MT is er een werkgroep dat zich specifiek bezighoudt met innovatie & creatie; een speerpunt van het Zaantheater om haar

8.4 Diversiteit & inclusie

Het Zaantheater is gericht op het creëren van een inclusieve en diversiteitsvriendelijke werkomgeving, waarin iedereen zich welkom en gewaardeerd voelt. Er is aandacht voor gelijke kansen en mogelijkheden voor iedereen, ongeacht achtergrond, geslacht of leeftijd. We streven ernaar om een aantrekkelijke werkgever



toegevoegde waarde concreet zichtbaar te maken.

Het Zaantheater als organisatie is continu in ontwikkeling. Hierbij gaat het zowel om de structuur (taken, verantwoordelijkheden, span-of-control, processen) als om de cultuur (inclusief communicatie, samenwerking en eigenaarschap). Om de teams van experts goed te kunnen ondersteunen wordt stapsgewijs het organogram binnen de mogelijke financiële bandbreedte aangepast. Doel is om zelfstandig werkende MT-leden en afdelingshoofden zodanig hiërarchisch te organiseren dat de bedrijfsvoering het best tot zijn recht komt.

te zijn voor talenten met diverse achtergronden. Het is vanzelfsprekend dat een diversiteit aan medewerkers van toegevoegde waarde is. Een divers en inclusief team zorgt voor verschillende perspectieven en als we bewust luisteren naar de behoeften en ervaringen van alle teamleden kan dat leiden tot innovatie en zorgt het voor gelijke kansen om bij te dragen en persoonlijk te groeien.

We nemen actie tegen discriminatie en ongelijkheid in de werkomgeving en zorgen voor een veilige en respectvolle omgeving voor iedereen. Bewustwording van (onbewuste) vooroordelen en stereotypingen is hierbij belangrijk.

Sociale veiligheid

Het Zaantheater werkt aan het creëren van een veilige werkomgeving en daarom is Beleid Sociale Veiligheid en een klachtenregeling opgesteld. Het plan biedt handvatten voor preventie van ongewenste omgangsvormen en het bespreekbaar maken van dit onderwerp op de werkvloer. Het geeft tevens richtlijnen voor leidinggevenden en andere medewerkers om invulling te geven aan hun verantwoordelijkheden op dit gebied.

Ook is er een gedragscode opgesteld door de interne en externe vertrouwenspersonen, in samenwerking met een aantal medewerkers vanuit verschillende afdelingen. Hierin wordt ingegaan op de richtlijnen op het gebied van voorlichting en preventie.

Beleidsstukken, gedragscodes en andere regelingen zijn in separate documenten vastgelegd.





9. Financiën

De coronaperiode is voor het Zaantheater, net als voor veel andere (culturele) instellingen, een enorme uitdaging geweest. Gedurende twee jaar hebben we vaak niet langer dan zes weken vooruit kunnen kijken. Financiële modellen waren nergens meer op gestoeld, referentiekaders bleken nietszeggend. Na een opbouwperiode van anderhalf jaar, is seizoen 2023/2024 dermate genormaliseerd en het publiek teruggekeerd dat we weer vooruit kunnen kijken.

Het jaar 2019 is ons referentiejaar, het meest actuele 'normale' jaar zonder covid, met 285 voorstellingen en 100.000 theaterbezoekers.

Om onze ambities te kunnen waarmaken, zoals geschetst in dit document, zetten we in op groei. Niet door per definitie meer te doen, maar soms ook te minderen³, voor een betere focus, strategie en rendement. Zo zijn we sinds seizoen 23/24 minder voorstellingen gaan boeken: rond de 200 in plaats van 285. Ons doel is om wel de reguliere 100.000 bezoekers te halen, door meer focus aan te kunnen brengen in de programmering en de marketing en communicatie. Ook creëren we voor onszelf de ruimte om interessant aanbod in een later stadium bij te boeken, of om eigen producties te maken. Onze afdeling verhuringen wordt er ook blij van: iets meer mogelijkheden om verhuringen te kunnen plaatsen door minder druk op de agenda.

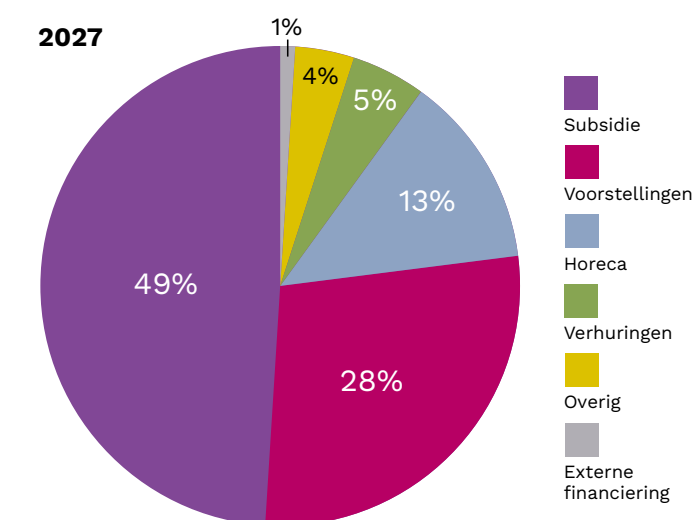
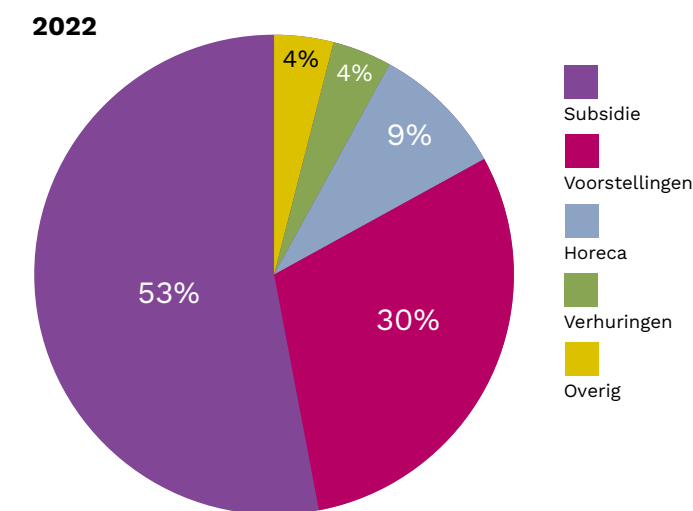
In de komende beleidsperiode zetten we in op:

- Meer opbrengsten uit kwalitatief hoger segment verhuringen (focus op grote events)
- Minder voorstellingen (200 i.p.v. 285) met gelijkblijvend bezoekersaantal (100.000) en marge (15%)
- Uitbreiding financieringsmix door middel van sponsoring, donaties, projectsubsidies
- Verdubbeling subsidie voor het benodigde onderhoud van gebouw en installaties wegens herberekening van de gestegen kosten in het kader van de MJOV (meerjarenonderhoudsvoorziening).

Er is een financieringsbehoefte voor:

- Uitbreiding aantal FTE voor aanpassing organisatiestructuur naar behapbare reikwijdte en takenpakket
- Verdere ontwikkeling technologische mogelijkheden marketing voor beter bereik diverse doelgroepen

- Ontwikkeling profiel Zaantheater door innovatie en creatie
- Investerings benodigd voor gebouwbeheer en onderhoud, welke nog niet zijn opgenomen dan wel in voldoende mate geïndexeerd in de MJOV.



Omzetaandelen	2022	2027
Subsidie	52,7 %	45,0 %
Voorstellingen	29,9 %	28,0 %
Horeca	9,0 %	13,0 %
Verhuringen	4,3 %	5,0 %
Overig	4,1 %	4,0 %
Externe financiering	0,0 %	1,0 %

Figuur 12: Ontwikkeling Omzetaandelen

3. Uit onze benchmark met gegevens uit de TAS van de VSCD bleek dat vergelijkbare theaters gemiddeld 200 professionele voorstellingen per jaar doen.



10. Gebouw & Duurzaamheid

Het Zaantheater is op 11 december 1998 geopend en bestaat daarmee 25 jaar. Het pand wordt zeer intensief gebruikt en heeft in de zomer van 2023 een grote onderhoudsbeurt ondergaan. Het steeds intensiever benodigde onderhoud, de gestegen kosten en veranderende wetgeving en veiligheidsaspecten vragen veel aandacht. Het Zaantheater is in gesprek met de gemeente om het budget voor onderhoud verhoogd te krijgen.

Het gebouw waar het Zaantheater in is gehuisvest is niet geschikt om volledig te verduurzamen. De doelstelling om in 2040 CO²-neutraal te worden, is volgens de eigenaar, de gemeente Zaanstad, niet mogelijk. Dat neemt niet weg dat we alles wat we wel kunnen doen ook daadwerkelijk doen en steeds opnieuw zullen aanscherpen. Het Theatre Green Book is daarbij voor ons een goede leidraad. In 2024 wordt het duurzaamheidsbeleid voor de gehele bedrijfsvoering van het Zaantheater voor de komende vijf à tien jaar opgesteld.

Hierbij zullen we in elk geval ingaan op de volgende bedrijfsonderdelen en -processen:

- We kwantificeren onze algehele ecologische voetafdruk met als doel de impact te verminderen;
- We formuleren stappen voor nog verdere energiebesparing en het verbeteren van het huidige energielabel B waar mogelijk;
- We maken verdergaande plannen inzake onze afvalstroom om deze in te perken dan wel hergebruik te stimuleren;
- We brengen ons inkoopbeleid in kaart en formuleren doelen om zoveel mogelijk samen te werken met lokale en duurzaam producerende leveranciers.

In het pand is al veel gedaan aan verduurzamende maatregelen. Aan de hand van het Theater Green Book, een bijbel op het gebied van duurzaamheidsbeleid voor theaters, wordt het beleid nader gespecificeerd in wat nog wenselijk en haalbaar is.

11. Vooruitblik

Naast het duurzaamheidsaspect is de toekomstbestendigheid van het theater zelf een inhoudelijke vraag aan de stad. In grote steden wordt er hard gewerkt aan de totstandkoming van cultuurhuizen waarin nadrukkelijk ruimte wordt gecreëerd als third place (n.b. first place is thuis, second place is de werkplek). Voorbeelden hiervan zijn onder meer het Forum in Groningen, De Nieuwe Meervaart in Amsterdam en Theater Zuidplein in Rotterdam.

In de third place is talentontwikkeling, interactie met jongeren en ouderen, met makers en met publieksgroepen in een rijke contextprogrammering nadrukkelijk aanwezig. Het pand waarin het Zaantheater gehuisvest is is daar niet direct geschikt voor, het ontbreekt aan ruimtes om dit te faciliteren. Maar we volgen de ontwikkelingen met interesse en onderzoeken de mogelijkheden als podium vorm te geven aan deze nieuwe rol: ontmoeten en samenbrengen, aanjagen en stimuleren, faciliteren en (co)produceren. Niet alleen zenden, maar in dialoog zijn met onze omgeving.

Wellicht is een cultuurhuis, een third place, zoals geschetst bij de tendensen in de cultuurbranche, ook een ontwikkeling die voor Zaanstad wenselijk is. Zoals in hoofdstuk 3 is geschetst: de populatie in Zaanstad groeit, en er is behoefte aan verbinding en ontmoeting. Daarnaast ontbeert Zaanstad een goed geoutilleerde popzaal; het kan interessant zijn om theater en popmuziek met elkaar te combineren, zodat de exploitatie van dit soort buitengewoon arbeidsintensieve voorzieningen behapbaar blijft.

De acht milieus op basis van levensinstelling

volgens het Mentalitymodel van Motivaction

Acht milieus op basis van levensinstelling

Op basis van een omvangrijke database heeft Motivaction haar eigen databank opgebouwd. Op basis van de gegevens van ruim 23.000 individuen, is de indeling in acht milieus ontstaan. In het model worden individuen opgedeeld behorende tot een van de acht leefmilieus. Elk milieu is gedefinieerd op basis van persoonlijke opvattingen en waarden die aan de verschillende leefstijlen gekoppeld zijn. Individuen afkomstig uit eenzelfde milieu, vertonen veelal dezelfde ambities en gedragingen. Ook delen ze waarden en drijfveren met elkaar. Hieronder een beknopte omschrijving van de acht levensinstellingen.

1. Traditionele burgerij

In het eerste milieu van het Mentality-model vinden we de Traditionele burgerij. Een groep van individuen die op de status-quo gericht zijn en zich daarbij vasthouden aan morele waarden, tradities en materiële bezittingen. Hun doel is om te leven naar traditionele normen en waarden. Zij ambiëren een rustig en harmonieus leven. Tonen zich betrokken bij de maatschappij en politiek en accepteren autoriteit en regels met gemak. Hebben behoefte aan orde, regelmaat en discipline en vermijden risico's. Over het algemeen bevinden zich meer vrouwen dan mannen zich in dit milieu. Jongeren en hoogopgeleiden zien we hier niet veel terug.

2. Moderne burgerij

Onderdeel van de moderne burgerij zijn zij die op zoek zijn naar de balans tussen traditie en moderne waarden. Ze zijn conformistisch ingesteld en statusgevoelig. Ambieëren status en het verwerven van aanzien. Zien het gezin als hoeksteen van de samenleving. Verlangend naar erkenning en waardering; gelijktijdig naar autoriteit en regels. Zijn in hun werk op zoek naar inkomen, uitdaging en zekerheid. Zijn buiten hun werk consumptie- en vermaakgericht en vinden genot in materiële zaken. In dit milieu zien we evenveel mannen als vrouwen. Ook komen alle leeftijdsgroepen hier gelijkmatig in voor. Over het algemeen zijn individuen in dit milieu lager opgeleid.

3. Nieuwe conservatieven

Terughoudend tegenover sociale en culturele vernieuwing en verwelkomend naar technologische ontwikkelingen: de nieuwe conservatieven. Een groep van individuen die de sociale status proberen te beschermen en daarbij vasthouden aan traditionele normen en waarden. Vaak zijn ze politiek en historisch geïnteresseerd en ook kritisch ingesteld. Geleverde prestaties op werk zien zij als onderdeel van hun identiteit. Buiten het werk om zijn ze geïnteresseerd in kunst en cultuur. Wel vermijden ze risico's en leven ze over het algemeen sober. In deze groep zien wij vaak meer mannen dan vrouwen. Ook meer ouderen en hoogopgeleiden met hogere inkomens, komen relatief vaak in dit milieu voor.

4. Postmaterialisten

Zij die tegen sociaal onrecht zijn en voor het milieu opkomen, zijn maatschappijkritische idealisten op zoek naar zelfontplooiing. We scharen dit type individu onder de Postmaterialisten. Ze ambiëren solidair en sociaal bewogen te zijn. Zetten zich in voor zelfontplooiing en zijn maatschappelijk en politiek betrokken. Zijn ook reflectief en kritisch naar zichzelf en ander. Over het algemeen tolerante individuen die solidariteit hoog in het vaandel hebben staan. Constant op zoek naar een gezonde balans tussen werk en privé en willen zichzelf maatschappelijk nuttig maken. Net als de Nieuwe conservatieven is hun leefstijl sober en individualistisch. Daarbij zijn Postmaterialisten juist niet consumptie- en vermaakgericht. In dit milieu zien we meer vrouwen dan mannen. Vaak ook individuen van een hogere leeftijd met een hoge opleiding en verschillende inkomensniveaus.

5. Postmoderne hedonisten

Pioniers van de belevingscultuur, zo worden Postmoderne hedonisten ook wel genoemd. Zij ambiëren vrij te zijn en altijd in het hier en nu te leven. Willen nieuwe ervaringen op doen en daarbij onafhankelijk zijn. Zijn

over het algemeen weinig betrokken bij de maatschappij en politiek. Zijn wel voorstander van gelijke kansen en stellen zich tolerant op naar anderen. Leven impulsief en avontuurlijk. Zijn fan van vrijblijvende zaken, kunst en populaire cultuur. Plaatsen vrienden boven familie maar zijn ook individualisten pur sang. Binnen deze groep zijn mannen en vrouwen gelijk verdeeld. We zien hier relatief meer jongeren en hoogopgeleiden.

6. Gemaksgeoriënteerden

Individen in dit milieu zijn impulsief en streven naar een onbezorgd, plezierig en vooral comfortabel leven. Ambieëren materiële rijkdom en vermaak. Verlangend naar erkenning en waardering, maar hebben weinig ambitie en een desinteresse voor de maatschappij en politiek. Hechten aan uiterlijk vertoon en zijn consumptiegericht. In dit milieu zien we over het algemeen meer mannen dan vrouwen. Ouderen komen relatief weinig in dit milieu voor. Laagopgeleiden en lage inkomens juist vaker.

7. Opwaarts Mobielen

Opwaarts mobielen zijn individualisten die carrière willen maken en daarbij sociale status proberen te verwerken. Willen daarbij vrij zijn van traditie en plichten. Zijn ook gefascineerd door nieuwe technologie en zoeken risico's en spanning op. Oriënteren zich vaak tot over de grenzen en staan open voor vernieuwing en verandering. Deze groep is gefocust op technologie, gehecht aan zijn persoonlijke vrijheid en vertoont impulsief gedrag. Is gevoelig voor status en hecht waarde aan een traditionele rolverdeling binnen het gezin of andere relaties. We zien in deze groep vaker mannen dan vrouwen en relatief veel jongeren.

8. Kosmopolieten

De Kosmopoliet in een notendop: kritische wereldburger op zoek naar ontplooiing en belevenissen, geïntegreerd met moderne waarden zoals materialisme, genot en succes. De gemiddelde Kosmopoliet is internationaal georiënteerd en toont interesse in de maatschappij en politiek. Is ambitieus en verlangt naar een verbetering van inkomen, identiteit en status. Kan genieten van kunst en cultuur en is consumptiegericht. Is sociaal en netwerkt, maar richt zich daarbij op gelijkgestemden. In dit milieu zien we zowel mannen als vrouwen. Jongeren en zij met hogere inkomens, komen vaker in dit milieu voor.

Bron: Motivaction

Wat typeert de Plezierzoeker, de Verdieper en de Vernieuwer?



1. Plezierzoekers

Moderne burgerij, Opwaarts mobiel

Hieronder vallen **doorsnee** mensen die plezier zoeken voor het hele gezin. Ze gaan voor **bekende namen** en zijn gevoelig voor **aanbiedingen**.

Een tweede deel bestaat uit meer **moderne** mensen die openstaan voor hardere **humor**, verrassingen en **vernieuwing**.



2. Verdiepers

Kosmopolieten

Wereldburgers die entertainment graag combineren met kunst, cultuur, leren en genieten. Het zijn **trendvolgers**. Actualiteit, authenticiteit en diepgang is meer aan hen besteed dan plat vermaak.

Van deze mensen heeft buurstad Amsterdam er **3x zoveel** als de rest van Nederland.



3. Vernieuwers

Postmoderne hedonisten

De **trendsetters** van de maatschappij. Ze zoeken fun, vernieuwing en zelfontplooiing.

Als zij iets dat zij 'ontdekt' hebben te populair wordt, gaan zij zelf door naar iets nieuws.

Van deze vernieuwers heeft buurstad Amsterdam er bijna **2x zoveel** als de rest van Nederland.

Colofon

Tekst: Zaantheater

Grafische vormgeving: DBXL Amsterdam

Infographics: De Plaatjesmaker

Mentality visualisaties: SHAPE networks

Fotografie: Romain Etienne & Adrien M & Claire B,

Meike van Duijkeren, Pascal Fiemlich, Ruud Meijs,

Johan van Bree, Jan-Kees Steenman,

Lena Politowski

