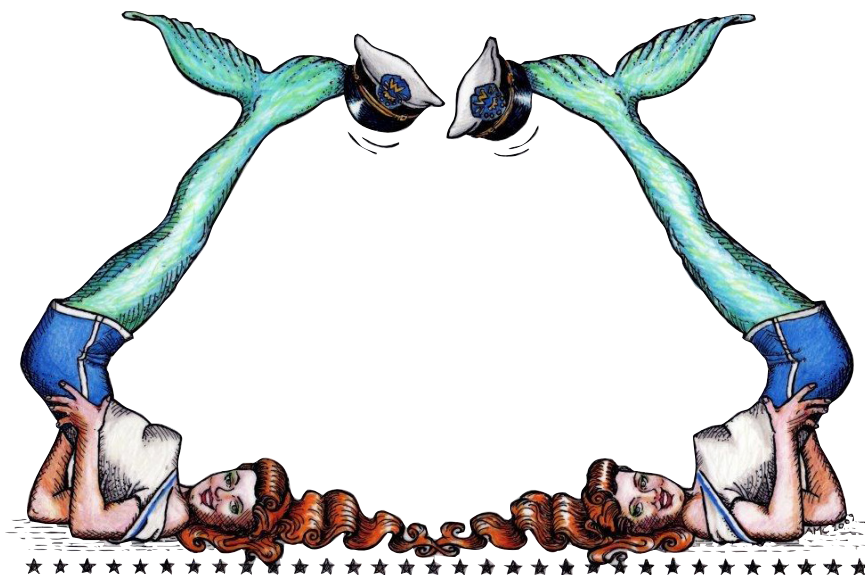




STICHTING THEATER OP DE KATENDRECHT/THEATER WALHALLA

theater WALHALLA



PIONIER OP KATENDRECHT, NU VASTE CULTURELE WAARDE VOOR ROTTERDAM



MEERJARENBELEIDSPLAN 2017-2020

JANUARI 2016, ROTTERDAM



INHOUDSOPGAVE

Inleiding 3

DEEL I - PROFIEL 4

1. Missie 4

2. Visie 4

3. Onderscheidend karakter 4

4. Analyse en vooruitblik 4

5. Ambities 5

6. Doelen en strategie 5

DEEL II - PRESTATIES 10

7. Terugblik op het programma 10

8. Toelichting per genre 10

9. Knelpunten 12

10. Vooruitblik op het programma 12

11. Publieksbereik – terugblik en heden 13

12. Publieksbereik – vooruitblik en ambities 15

13. Meerwaarde voor de stad en wijk 16

14. Cultuureducatie 17

15. Talentontwikkeling 17





INLEIDING

In 2006 ontstonden de eerste plannen voor het Theater Walhalla. Programmamakers Rachèl van Olm en Harry-Jan Bus droomden van een eigenzinnig, kleinschalig, laagdrempelig en verfrissend theater. Een podium dat Rotterdam volgens hen goed kon gebruiken. Gemotiveerd door adviezen als ‘wacht niet, doe het nu,’ en ‘als je het doet, dan op Katendrecht’, besloten zij de handen uit de mouwen te steken en hun droom na te jagen. Met veel enthousiasme en vooral veel cultureel ondernemerschap wisten zij verschillende partners en sponsors te overtuigen van hun plannen. In september 2008 opende Theater Walhalla aan de Sumatraweg op Katendrecht haar deuren. Een intieme theaterzaal met 80 stoelen. De crisis had geen vat op Walhalla. Succes, passie en immer doorgaande ondernemingszin leidden in 2014 tot een tweede locatie: Kantine Walhalla aan het Deliplein. Een sfeervolle zaal met 150 stoelen en een aantrekkelijk foyer-café met buitenterras genaamd FC Walhalla.

Walhalla staat bekend om haar verrassende, kleinschalige en diverse programma. Voor makers is Walhalla een podium waar ze (nieuw) werk kunnen uitproberen, kunnen aanscherpen en zichzelf verder kunnen ontwikkelen. Walhalla heeft een divers aanbod voor een breed publiek, en hecht waarde aan de verbinding met bezoekers. Walhalla durft anders te zijn en kiest voor het onverwachte. Walhalla is daarom de plek om je cultureel te laten verrassen. De intieme ‘huiskamer-setting’, de prachtige locaties en de gemoedelijke sfeer zorgen er bovendien voor dat Walhalla een fijne plek is om geïnspireerd te worden en om te ontspannen.

Theater Walhalla is gevestigd op de plek waar in vroegere tijden Dancing Walhalla gevestigd was. Een roemruchte plek waar voor de oorlog de voetjes van de vloer gingen op de tonen van een draaiorgel. De zweem van Katendrecht als zeemanskwartier en hoerenwijk waart nog rond. Kantine Walhalla slaat op de voormalige Steinwegkantine waar het podium in is gevestigd. Dit is niet zomaar gekozen: Walhalla voelt zich thuis op Katendrecht en is sterk verbonden met de wijk. We voorzien samen met partners de wijk van kleur, zijn aanjager van (culturele) ontwikkelingen en initiatieven en betrekken de bewoners actief bij de inhoud van cultuur.

Dat dromen en daadkracht vruchten afwerpen is gebleken. Walhalla ontwikkelde zich van eigenwijze nieuwkomer tot vaste culturele waarde. We kijken terug op succesvolle jaren met een prachtig programma vol (onverwachte) pareltjes. Publiek uit de wijk, de stad en de regio wist de weg naar Katendrecht, boven alle verwachtingen in, goed te vinden. We zijn trots op de waardering voor Walhalla – als podium, als plek en als pionier. Dit vertaalde zich de afgelopen jaren in hartverwarmende reacties, in waardevolle samenwerkingen, in een hoge bezettingsgraad en groeiende bezoekersaantallen. Waardering kwam ook in de vorm van prijzen en oorkondes. We zagen makers (op-)groeien en Katendrecht langzaam aan bloeien. Niet onbelangrijk: de in Rotterdam gehanteerde veiligheidsindex steeg van een vier-min naar een 9,3. Vriend en vijand zijn het er over eens dat Walhalla aan deze verbetering heeft bijgedragen.

Met een trotse blik op het verleden en heden kijken we dus vooruit. Voor ons zien we helder welke kansen er liggen om ook de komende jaren aanjager te kunnen zijn van groei en bloei van de sector, van makers en publiek, van wijk en stad. We zijn in korte tijd de pioniersfase ontgroeid en een volwassen waarde geworden. De organisatie is echter niet evenredig meegegroeid: we zitten aan het plafond wat betreft bezetting en capaciteit. We zijn bovendien wel een vaste waarde, maar nog geen stabiele partner: de financieringsmix staat onder druk en is niet duurzaam. Aan droomkracht en vernieuwingskracht dus geen gebrek, maar de slagkracht en daadkracht staan onder druk. We kunnen onze ambities alleen realiseren als we de basis goed op orde hebben.

Net als bij de start willen we onze dromen realiseren, in nauwe samenwerking met partners die hier op (willen) aansluiten. En net als toen zijn we overtuigd van de waarde ervan voor het publiek en de sector, voor de stad en de wijk. Een investering in Walhalla, is een investering in Rotterdam. Daarom willen we doorgroeien naar een professionele kunstinstelling waarvan de continuïteit gegarandeerd is. In dit meerjarenbeleidsplan vertellen wij onze dromen en de kansen die we zien in concrete ambities en doelen.

Het enthousiasme is onverminderd groot, de overhemden met opgerolde mouwen hangen klaar.



DEEL I - PROFIEL

I. MISSIE

Walhalla wil mensen verrassen en hen nieuwe inzichten bieden, makers en publiek verbinden, een motor zijn voor vernieuwing en innovatie, Rotterdam in het algemeen en Katendrecht in het bijzonder verrijken.

2. VISIE

Dat bereikt Theater Walhalla door het exploiteren van een theaterpodium voor professionele kunstbeoefening en talentontwikkeling, en door het initiëren en organiseren van theateractiviteiten en festivals, waarmee Walhalla publiek, theatermakers, wijk en stad aan zich weet te binden. Walhalla heeft een onderscheidend profiel en een breed programma met eigenzinnig, kleinschalig, laagdrempelig en verfrissend theater. Door tegendraadse combinaties, onverwachte context en de kruisbestuiving met verschillende partners weet Walhalla haar missie te verwezenlijken.

Walhalla is overtuigd van de kracht van theater, als spiegel van de samenleving, als podium voor verfrissende perspectieven. Theater is toegankelijk door haar vele gezichten en aantrekkelijk door het multimediale en directe karakter.

3. ONDSCHIEDEND KARAKTER

* Het (ver-)nieuwe(-nde) programma-aanbod en de laagdrempelige sfeer geven Theater Walhalla een uniek profiel en dragen bij aan de aanboddiversiteit, de versterking van de stedelijke culturele keten en de uitstraling van Rotterdam als (authentieke) cultuurstad met allure.

* Theater Walhalla onderscheidt zich van de andere Rotterdamse theaterinstellingen doordat het met haar kleine zalen het begin vormt van de culturele keten en een waardevolle aanvulling is op de grote zalen in de stad.

* Walhalla is een aantrekkelijk podium voor nieuwe makers, geeft ruimte aan experiment en innovatie en ondersteunt jong talent. Walhalla is zo ook een onmisbare schakel in de keten van talentontwikkeling want het is een podium waarop beginnende artiesten kunnen excelleren.

* Als spil in de ontwikkelingen op Katendrecht heeft Walhalla een voorbeeldfunctie en onderscheidt het zich als theater door de sterke verbinding met maatschappelijke vraagstukken en de samenwerkingen van waaruit wordt gewerkt.

* Ondernemerszin zit in het DNA van Walhalla. Overtuigingskracht gecombineerd met realiteitsperspectief hebben (financieel) partners er vanaf het begin van overtuigd dat investeren in Walhalla loont.

4. ANALYSE EN VOORUITBLIK

De ontwikkeling van Theater Walhalla heeft vanaf de start een enorme groei doorgemaakt. Met trots kijken we naar de successen die zijn behaald, naar wie we zijn en wat we doen. Walhalla wil het succes voortzetten, maar komt in het proces van volwassen worden ook obstakels tegen. Zo is er weinig tot geen groei in bezoekersaantallen mogelijk de komende jaren. Het plafond is bereikt met een structureel hoge bezettingsgraad

Theater Walhalla...

... **is een laagdrempelig theater**, waar een breed publiek in intieme setting kan genieten van aanbod in de volle breedte aan genres in de professionele podiumkunsten

... **is een vernieuwend kwaliteitspodium** met een eclectisch programma van gevestigde namen en nieuw talent, waar makers aan hun programma kunnen schaven en waar nieuwe (Rotterdamse) talenten zichzelf en hun publiek kunnen ontdekken. Het aanbod kenmerkt zich door kwaliteitseisen als authenticiteit, artistiekheid, ambacht, zelfrelativering en communicatie met publiek.

... **is een aantrekkelijke plek** waar publiek en makers zich thuis voelen, waar persoonlijk contact is, waar ruimte is voor reflectie en voor gezelligheid, waar bezoekers ook de wijk leren kennen en (wijk-)bewoners het theater van binnen verkennen. Een plek waar mensen graag (terug-)komen, of dit nou buurtbewoners, stadsgenoten of bezoekers van Rotterdam zijn.

... **is aanjager van (culturele) groei en bloei in de wijk**, door een brug te slaan tussen cultuur en sectoren met relevantie voor de wijk en haar inwoners (zoals leefbaarheid, aantrekkelijkheid, sociale cohesie en onderwijs) en door de wijk te verlevendigen middels festivals en andere activiteiten.

... **is een ondernemende organisatie**, door voortdurend te blijven zoeken naar nieuwe kansen en samenwerkingen, en door een goede verbinding met het bedrijfsleven.



van stoelen en zalen. Bovendien wordt het programma met weinig mankracht gerealiseerd; de organisatie is niet voldoende meegegroeid met de groei van het programma. Waar een kleine organisatie in de pioniersfase juist voordelen had, is nu meer slagkracht gewenst om continuïteit, maar ook kwaliteit te waarborgen. Ook het financiële plaatje staat onder druk. Met het volwassen worden van Walhalla hoort ook een financieringsmix die voor meer stabiliteit zorgt.

Naast deze knelpunten zien we ook kansen en willen we onze sterke punten nog beter inzetten. Zo willen we ons artistieke profiel en onze functie in de keten van talentontwikkeling nog verder uitwerken en leggen we accenten in publieksbereik zoals bijvoorbeeld het willen bereiken van een meer jongere doelgroep. Ook nemen wij onze verantwoordelijkheid op het gebied van cultuureducatie. Daarnaast willen we onze functie als motor en aanjager voor groei en bloei in Katendrecht en de binnenstad verder doorzetten. Hier zijn mooie resultaten behaald, maar er valt nog veel werk te verrichten. We zien tot slot een hiaat in de professionele podiumketen in Rotterdam en zien kansen voor een extra zaal, in de orde van grootte die na de twee zalen van Walhalla komt. Gecombineerd met de ontwikkeling die in gang is gezet op Katendrecht en de ambities van Walhalla signaleren we een kansrijke mogelijkheid voor realisatie van dit derde podium in de wijk.

5. AMBITIES

De ambities die Theater Walhalla heeft voor de komende beleidsperiode komen voort uit bovenstaande analyse.

Theater Walhalla wil in 2017-2020:

- * haar artistieke profiel verdiepen
- * het publieksbereik verbreden
- * haar functie versterken als (ontwikkel-)plek voor (nieuwe) makers en jong talent
- * (faciliterend) partner zijn in cultuureducatie
- * aanjager blijven van ontwikkelingen op Katendrecht en voor de binnenstad
- * de organisatie verder professionaliseren
- * de financiële huishouding toekomstbestendiger maken
- * haar positie in de culturele keten versterken en de keten compleet maken

In een kruisbestuiving tussen verschillende disciplines,

verschillende sectoren en in nauwe samenwerking met partners die hier op (willen) aansluiten, zal Walhalla deze ambities najagen. In het volgende hoofdstuk wordt de context geschetst bij alle ambities, worden een strategie en concretisering in doelen omschreven, en wordt aangegeven met welke partners Walhalla deze ambities wil verwezenlijken.

6. DOELEN EN STRATEGIE

AMBITIE: ARTISTIEKE KOERS VERDIEPEN

Walhalla zal de komende jaren nog scherper programmeren door open te staan voor makers die creatief en innovatief zijn. Dit doen we ook in samenwerking met partners uit de culturele sector die hier op (willen) aansluiten.

Doel: programmeren van verrassend aanbod met thema's die het publiek aanspreken.

AMBITIE:

PUBLIEKSBEREIK VERBREDEN, VERDIEPEN EN BLIJVEN VERNIEUWEN

We willen ons huidige publiek behouden en nieuw publiek blijven trekken uit de wijk en de regio, en bovendien ons publiek verbreden door de gemiddelde leeftijd te verlagen. Dit door een accent te leggen op kinderen en (jong-) volwassenen. Groei van bezoekersaantallen is alleen mogelijk met uitbreiding van capaciteit en mankracht.

Wat we willen bereiken en hoe wij dit gaan realiseren staat omschreven onder het hoofdstuk Publieksbereik.

Concrete doelen:

- meer aanbod voor kinderen, de gemiddelde leeftijd iets verlagen
- aandeel bezoekende wijkbewoners en nieuw publiek op peil houden

AMBITIE:

POSITIE ALS PLEK VOOR TALENDOORSTROMING VERSTERKEN

Theater Walhalla is vanwege haar kleinschaligheid en laagdrempeligheid een geschikt podium voor nieuw talent. Daarmee is er een match met het onderdeel "Excelleren" volgens het Rotterdams Netwerk Cultuureducatie en Talentontwikkeling. Zij omschrijven dit als: "de uitvoerende en scheppende kunstenaars worden ondersteund om een plek te verwerven in de praktijk." Theater Walhalla staat open voor elk initiatief van jonge (Rotterdamse) makers, artiesten en kunstenaars en wil helpen door hen een plek te geven in de programmering of een culturele verhuur aan te bieden.

Walhalla ervaart groeiende vraag naar niet alleen een speelplek, maar ook naar ondersteuning van nieuwe theaterinitiatieven en -producties. Om deze reden wil



Theater Walhalla jonge makers en groepen een try-out-plek bieden met ondersteuning en begeleiding. Makers en spelers van opleidingen kloppen geregeld bij Walhalla aan met de vraag om hulp en een plek, omdat zij eenvoudigweg onvoldoende terecht kunnen in de stad. Hierin schuilt het risico dat het door Rotterdam opgeleide talent afvloeit naar andere steden, wat voor het vestigingsklimaat niet bevorderlijk is.

Voor sommige makers volstaat de constructie van de zogenaamde culturele verhuur. Daaronder verstaan wij een verhuur bij Theater Walhalla tegen gereduceerd tarief, aan artiesten die bijvoorbeeld een (eindexamen) voorstelling of CD willen presenteren in een ruimte die voldoet aan de eisen voor theater, met de praktische ondersteuning op gebied van kaartverkoop en marketing. Niet iedereen weet zich verzekerd van voldoende recette-inkomsten om de huur te betalen en voor hen zoeken we andere constructies. Wij denken dat deze groep met een werkplaats behouden kan worden voor Rotterdam en niet elders zijn heil zoekt. Onder de naam "Werkplaats Walhalla" kiest Walhalla een praktisch model waarbij theatermakers, die door de artistieke leiding gewikt en gewogen zijn, toch geholpen kunnen worden bij de realisatie van hun plannen.

Doel: ontwikkeling "Werkplaats Walhalla"

Achtergrond bij "Werkplaats Walhalla"

In Werkplaats Walhalla bieden we talentvolle makers ondersteuning door het reeds aan Walhalla gelieerde freelance personeel te koppelen aan de maker(s). Walhalla focust op (jonge) Rotterdamse makers, zij die net zijn afgestudeerd aan opleidingen zoals de MBO-theaterschool en muziektheaterschool Codarts, maar ook op die makers die al langer in Rotterdam actief en succesvol zijn, door hen van dienst te zijn op productioneel, financieel of facilitair gebied. Zzp'ers helpen de theatermakers met de opzet van het projectplan, het schrijven van subsidie- en sponsorverzoeken en productieleiding. Theater Walhalla biedt hulp met het zoeken van repetitieruimte, optredens in Walhalla en andere zalen, kaartverkoop, marketing en publiciteit. Theater Walhalla let daarbij sterk op de ondernemersgeest, netwerk en draagvlak van de makers. Theater Walhalla staat garant voor de aanloopkosten van de inhuur van de zzp'ers. Bij een succesvolle subsidie- en sponsorwerving komen de kosten via het project terug. Bovendien zal bij de intake met theatermakers altijd gekeken worden of Theater Walhalla wel de juiste plek is voor een theaterproject en verwijst Walhalla waar nodig makers door naar een andere theaterorganisatie. Walhalla maakt daarbij gebruik van de inzichten van het nieuwe initiatief Coalitie Theater Rotterdam.

AMBITIE:

CULTUURENEDUCATIE FACILITEREN EN ONDERSTEUNEN ALS PRODUCENT

Walhalla neemt haar verantwoordelijkheid in de stedelijke aanpak van cultuureducatie en erkent het belang hiervan voor de ontwikkeling van kinderen. De komende beleidsperiode blijven we cultuureducatie faciliteren en blijven we (co-)producent. Basisschool de Schalm ligt vlakbij Theater Walhalla. De Schalm wil zich de komende jaren profileren als basisschool met een stevig theaterprofiel. Er zijn veel potentiële aanbieders in de wijk (muzikanten, theatermakers, e.d.) en De Schalm heeft behoefte aan het delen van fysieke ruimte zoals bij Walhalla. Zij zoekt hierin ook nadrukkelijk de samenwerking met de SKVR. De Schalm zoekt een exclusief partnerschap met een culturele instelling. In de cultuurplanperiode 17-20 zal SKVR een nieuw programma voor de vrije tijd ontwikkelen, dat goed aansluit op het cultuuronderwijs. Het modulaire programma biedt, in het primair- en voortgezet onderwijs, veel mogelijkheden om samen te werken met andere cultuur-, onderwijs-, sport- en welzijnspartners zoals Walhalla.

Doelen:

- vormgeven aan partnerschap Walhalla-De Schalm
- scholen in de wijk ondersteunen met faciliteiten voor cultuureducatie

Op Katendrecht is jeugdtheaterhuis De Kaap actief. Theater Walhalla faciliteert het jeugdtheaterhuis door het beschikbaar stellen van de theaterzalen voor montage en presentaties van voorstellingen. Het theaterhuis komt daarnaast naar voorstellingen in Walhalla kijken met de leerlingen. Inhoudelijk zal het Theaterhuis hierop het curriculum voor een korte periode baseren die ze afsluiten in Walhalla. Er wordt ingezet op een "meet & greet" met de spelers/muzikanten om hen inhoudelijk vragen te stellen en van hen te leren om zodoende jonge talenten in aanraking te laten komen met de professionele sector. Bij evenementen en festivals is theaterhuis de Kaap een goede aanvulling op het podiumkunstenaanbod in de vorm van optredens en workshops.

Doel: voortzetten partnerschap Jeugdtheaterhuis De Kaap

AMBITIE:

BLIJVEN BIJDRAGEN AAN VERLEVENDIGING WIJK/BINNENSTAD

Theater Walhalla wil het culturele aanbod in de stad Rotterdam verder verrijken en bij blijven dragen aan de ontwikkeling van Katendrecht en indirect de Wilhelminapier tot een bruisende en vitale plek en nieuw cultureel cluster. Theater Walhalla leverde het bewijs hoe cultuur een trekker van formaat kan zijn bij de wederopstanding van een wijk en heeft daarom ook de voortgaande ambitie in het nieuwe cultuurplan om programma's en projecten te realiseren die het verschil maken



en die de huidige situatie verder verbeteren. Deze ambitie kent veel uitwerkingen, die hierna aan bod komen.

Ticketshop / Culturele winkel Katendrecht/Wilhelminapier Theater Walhalla wil samen met de Stichting Volkskracht Historische Monumenten het oude portiershuisje uit 1950 dat tussen Kantine Walhalla en de Fenix 2loods staat, kopen van de gemeente en renoveren. Tegelijkertijd wil ze met de culturele instellingen in Rotterdam onderzoeken of er na deze renovatie in het oude portiershuisje een ticketoffice c.q. informatiecentrum Wilhelminapier/Kaap kan worden gevestigd. Deze culturele winkel zal dagkaarten en *last minute* kaarten voor meerdere culturele instellingen verkopen, evenals boeken, cd's en dvd's van artiesten/fotografen die regelmatig optreden of te zien zijn in het culturele cluster. Ook zijn (foto)boeken over de geschiedenis en architectuur van Katendrecht en de Wilhelminapier hier uitstekend op hun plaats. De culturele winkel kan bovendien informatie geven over tentoonstellingen/voorstellingen en het startpunt te zijn voor rondleidingen met gidsen op Katendrecht en de Wilhelminapier.

Doel: Het streven is om in het seizoen 2016/2017 een bedrijfsplan op te stellen op basis van gesprekken met deelnemende instellingen zodat medio 2018 (als ook de bouw van de Fenixloods 1 met de drie Kunstinstellingen klaar is) het huisje geopend kan worden en kan gaan draaien.

Aanlegsteiger Watertaxi Rotterdam

Theater Walhalla heeft het initiatief genomen om vlak voor de deur van Kantine Walhalla aan de kade van het Dolf Henkesplein een steiger aan te laten leggen, zodat de Watertaxi aan kan meren. Daarmee wordt de bereikbaarheid en aantrekkelijkheid van Katendrecht (en Walhalla in het bijzonder) vergroot.

Doel: Samen met partners een steiger aanschaffen

Grootschalige producties Wijktheater

Theater Walhalla wil meer zijn dan alleen een kunstpodium en steekt daarom sinds het ontstaan de hand uit naar de bewoners van de wijk Katendrecht, o.a. door de organisatie van tal van gratis toegankelijke festivals. Walhalla streeft hiermee naar draagvlak in de wijk, gestoeld op de kracht van theater. Door buurtbewoners hun verhaal te laten vertellen, worden ze ook gedwongen naar elkaar te luisteren. De samenwerking met het Rotterdams Wijktheater ondersteunt dit streven. De samenwerking is voor het publiek een spiegel van de samenleving en de wijk Katendrecht. Beide organisaties zien mogelijkheden om op basis van de ervaring en het wederzijds respect in het nieuwe cultuurplan verder te gaan met de opzet en productie van grootschalige producties zoals in 2015 het grote succes Feyenoord de Opera. Met theater als troef, wordt zo de brug geslagen naar

wijkontwikkeling en het maatschappelijk domein.

Doel: Samen met Wijktheater grootschalige producties ontwikkelen

Culturele Cluster Wilhelminapier-Katendrecht

Theater Walhalla heeft ooit het initiatief genomen om zich met de andere culturele instellingen op de Wilhelminapier te verbinden. Wij noemden het toen 'de nieuwe culturele as van Rotterdam'; nu gaat het gebied op de Wilhelminapier door het leven als De Coöperatie. Walhalla wil onderdeel uitmaken van het overleg tussen deze culturele partners omdat de gebieden verschillend zijn, maar mede door de komst van de Rijnhavenbrug complementair zijn geworden en van elkaars 'eigenheid' kunnen profiteren. Die inspanning zal niet direct tot concrete resultaten leiden, maar het gaat erom dat voor de toekomst een goed overleg is zodat met elkaar het gebied een onwrikbare culturele positie krijgt. De Wilhelminapier en Katendrecht kunnen zich bij uitstek ontwikkelen tot één samenhangende culturele hotspot met het Nieuwe Luxor, Lantaren/Venster, LP2, Fotomuseum, Kantine en Theater Walhalla, Verhalenhuis Belvédère, Codarts Circusopleiding, en Circus Rotjeknor. Theater Walhalla onderhoudt echter ook contacten met de verder weg gelegen instellingen; de organisatie wil er vanuit de pioniersrol voor waken dat er te solistisch wordt gewerkt. Theater Walhalla neemt een brede verantwoordelijkheid naar de stad, vanuit zelfbewustzijn en zonder de 'eigenheid' te verliezen.

Doel: vinger aan de pols houden bij ontwikkeling Culturele Cluster Wilhelminapier-Katendrecht

AMBITIE: PROFESSIONALISERING VAN DE ORGANISATIE – PERSONEEL EN GOVERNANCE

Met een klein, enthousiast en kundig team is Walhalla opgebouwd en uitgegroeid tot een volwassen speler in het culturele veld. Die kleinschaligheid was in de pioniersfase een stuwende kracht. Daardoor kon het theater groeien en de plek veroveren die het nu heeft, maar de organisatie is niet meegegroeid en staat daarvoor onder druk. Om het succes van Walhalla te kunnen voortzetten, nieuwe ambities te kunnen realiseren en de kwaliteit te kunnen waarborgen is het nodig een stevige professionalisering door te voeren, omdat de organisatie uitgeput dreigt te raken. Met name op het gebied van financiën, personeelszaken en techniek komt Walhalla mankracht tekort. De noodzaak om het team te vergroten blijkt ook uit een vergelijking met andere theaters met ongeveer gelijke omvang in termen van zaalcapaciteit, publieksbereik en/of podiumprofiel (benchmarkgegevens Theater Analyse Systeem, VSCD). Wanneer de omvang van de organisatie afgezet wordt tegen de output van Theater Walhalla, is de conclusie dat Walhalla bovengemiddeld presteert, maar die situatie is niet houdbaar.

**Doelen:**

- De kwetsbaarheid van het te kleine team verminderen door middel van lichte uitbreiding van het aantal fte's, in ondersteuning bedrijfsvoering, kassa, pr & marketing, techniek, productie, administratie
- Meer ruimte bieden aan deskundigheidsbevordering bij medewerkers
- Meer sturing op actuele financiële en operationele data d.m.v. een sterk artistiek team en een sterk operationeel team.
- Efficiëntie bevorderen door het scherper benoemen, scheiden en toewijzen van taken en verantwoordelijkheden

AMBITIE: PROFESSIONALISERING VAN DE ORGANISATIE – OUTILLAGE

Walhalla wil investeren in de verbetering van het zitcomfort in beide zalen. De tribune in Kantine Walhalla, die toentertijd zelf getimmerd is, is arbeidsintensief in gebruik en op termijn aan vernieuwing toe. Ook de stoelen in het kleine theater aan de Sumatraweg zijn aan vervanging toe. Door het creëren van een extra klein podium in het theatercafé, wordt de foyer in Kantine Walhalla beter en leuker benut en kunnen er bij verhueringen, festivals en na afloop van voorstellingen kleinschalige optredens plaatsvinden.

Doelen:

- Vernieuwen/vervangen van materiaal. (Tribune/stoelen Kantine Walhalla en stoelen Sumatraweg)
- Realiseren van een klein podium in het theatercafé

AMBITIE: FINANCIERINGSMIX TOEKOMSTBESTENDIG MAKEN

Walhalla is ontstaan vanuit een gezonde dosis cultureel ondernemerschap en het is de oprichters gelukt zonder enige overheidssteun Walhalla op te zetten. Dat deden ze door aan alle betrokken bedrijven en fondsen goed uit te leggen dat cultuur voor de hele wederopstanding van Katendrecht en Rotterdam-Zuid een trekker van formaat is. Het profiel van pionier was in het begin aantrekkelijk voor uiteenlopende sponsors. Walhalla is in haar rol als culturele voorziening mede verantwoordelijk voor de omslag die Katendrecht heeft gemaakt. Theater Walhalla heeft een voor de culturele sector bijzondere verhouding van 25% subsidie versus 75% eigen inkomsten. Het aandeel sponsoring hiervan bedraagt 33%. Een ander deel aan sponsorinkomsten komt uit Club Walhalla, een gezelschap van ongeveer 80 bedrijven en personen, opgezet vanwege de bezuinigingen in 2014, die met hun lidmaatschap het theater ondersteunen. Walhalla blijft investeren in deze groep en heeft de ambitie dit op peil te houden. Er kan echter niet voorkomen worden dat de inkomsten uit sponsoring lager zullen uitvallen.

Walhalla streeft naar een gezonde financieringsmix van publieksinkomsten, sponsoringsinkomsten, overheidssteun en andere bedragen. De mix zoals deze was, past bij een startende organisatie. Nu Walhalla volwassen wordt, streeft de organisatie naar een nieuwe balans. Nog meer inkomsten uit kaartverkoop kan niet want de bezettingsgraad is al hoog. Een grote verhoging van de kaartprijs willen we niet omdat de aantrekkelijke kaartprijs onderdeel uitmaakt van onze marketing strategie en bijdraagt aan het laagdrempelige karakter. Bovendien levert een verhoging ook een te minimale extra opbrengst op omdat bijna alle artiesten op partage spelen.

Om deze redenen doet Theater Walhalla in de periode 2017-2020 in absolute zin een groter beroep op de beschikbare middelen in het kunstenplan dan in voorgaande periodes het geval was. In relatieve zin is het aangevraagde bedrag van € 402.000 echter wél in verhouding met de groei van onze output. Een evenwichtiger verdeling in inkomsten maakt van Walhalla ook een betrouwbaarder partner.

Concreet doel: evenwichtiger verdeling in inkomsten en risico's verlagen door hogere dekking vanuit Kunstenplan, in goed partnerschap met de gemeente Rotterdam.

Achtergrond bij vermindering sponsoring:

- Een aantal sub-hoofdsponsors, zoals Argos Energies en Steedin, geeft aan alleen de opbouwfase van Walhalla te willen sponsoren. Zij menen, en met hen ook andere bedrijven, dat Walhalla op zichzelf moet kunnen staan en dat de overheid haar subsidie aan Walhalla op een voor een professionele cultuurinstelling adequaat niveau moet aanpassen.
- Wooncorporatie Woonstad droeg in de eerste jaren royaal bij als hoofdsponsor van dit voor de opbouw en leefbaarheid van de wijk zo belangrijke initiatief. Op aanwijzingen van de gewijzigde Woningwet mag de corporatie echter niet langer maatschappelijke en culturele doelen sponsoren. De sponsoring wordt afgebouwd en stopt volledig op 31 december 2016.
- De (vastgoed)crisis zette de sponsoring door banken en vastgoedontwikkelaars sterk onder druk.

AMBITIE: POSITIE IN DE CULTURELE KETEN VERSTERKEN EN DE KETEN COMPLEET MAKEN

Theater Walhalla vult met haar twee kleine zalen de culturele keten in Rotterdam aan. Walhalla, maar ook de andere podia, signaleren het ontbreken van een middelgrote zaal van 300 á 400 stoelen. Er is daardoor aanbod dat geen plek heeft in Rotterdam, maar waar wel



een publiek voor is. Bovendien zit Walhalla qua aantal voorstellingen en de bezettingsgraad aan het plafond: er is weinig groei meer mogelijk. Een extra zaal maakt de keten compleet, creëert een gewenste plek voor makers, maakt groei voor Walhalla mogelijk en versterkt de positie van Walhalla als begin van de culturele keten.

De realisatie van de zaal met 300 á 400 stoelen in de naast Kantine Walhalla gelegen Fenixloods 2, is het meest ideale scenario. Uitgaande van de stepping stone-gedachte voor (jong) talent beschikt Rotterdam dan over Theater Walhalla met het kleine theater (80), de iets grotere Kantinezaal (150), de Fenix 2-zaal (300/400), Theater Zuidplein (585), de Rotterdamse Schouwburg (800), Oude Luxor (900) en het Nieuwe Luxor (1500). Door de culturele sector wordt dit onderkend en daarbij wordt ook verwezen naar het wegvallen van De Gouvernestraat. Er is samen met ontwikkelaar Heijmans, die een zogenaamde voorreservering heeft om de Fenix 2 loods te herontwikkelen, een eerste onderzoek naar de mogelijkheid voor een zaal in Fenixloods 2 gedaan.

Doelen:

- **Mogelijkheid tot realisatie Fenixloods 2 verder onderzoeken**
- **Plannen voor realisatie Fenixloods 2 samen met partners uitwerken**

Achtergrond bij mogelijkheid 300/400-zaal in Fenixloods 2

Ontwikkelaar Heijmans is gestart met de herontwikkeling van de Fenixloods 1. De loods creëert appartementen en huisvest drie culturele instellingen. Na afronding hiervan richten zij zich op de herontwikkeling van Fenixloods 2 direct naast Kantine Walhalla. Wij zien op lange termijn (vanaf 2020) daar mogelijkheden om een derde kleine zaal van 300 á 400 stoelen te realiseren, in samenwerking met andere culturele instellingen in de onmiddellijke omgeving. De genoemde middenzaal is ook nodig zodat theatergroepen kunnen repeteren, monteren en uitvoeren. In de huidige zalen van Walhalla kan dat niet vanwege de hoge bezettingsgraad aan voorstellingen en verhuringen. Vestiging op de begane grond biedt ook betere technische mogelijkheden. Er kan een betere backstage, zijtoneel etc. gerealiseerd worden. Hierdoor zijn theatermakers die nu fysiek niet in de theaterzaal van Kantine Walhalla op de eerste verdieping passen wél te programmeren. Wij geloven in Katendrecht als meest geschikte plek voor een dergelijke zaal. We hebben immers al aangetoond dat het een plek is die bij makers en publiek tot de verbeelding spreekt. We denken hier voldoende publiek voor te trekken vooral ook gezien de 'verdichting' van het aantal bewoners met de talloze geplande nieuwbouwprojecten in het Polsgebied van De kaap en op de Wilhelminapier. Ontwikkelaar Heijmans kan de ontwikkeling van een dergelijke zaal in de Fenix 2 loods relatief makkelijk meenemen in het grote project, een unieke kans om de ambities organisch uit te bouwen.



DEEL II - PRESTATIES

7. TERUGBLIK OP HET PROGRAMMA

Het aantal voorstellingen in Theater Walhalla is vanaf de oprichting (in 2008) jaarlijks gestegen, mede door de komst van Kantine Walhalla. Steeds meer theatermakers leren het theater kennen en komen vervolgens graag terug. Walhalla is constant op zoek naar nieuw talent. Het prestatieraster van de cultuurplanperiode 2013-2016 schrijft 175 voorstellingen per jaar voor. Daar heeft het theater steeds ruim boven gezeten, waardoor er ook steeds meer bezoekers kwamen. De bezettingsgraad van 2015 was 87%. De publieksbezettingsgraad ligt gemiddeld genomen over de laatste jaren op 85%. Dat is een stuk hoger dan de theaters uit de benchmark.

Omdat Kantine Walhalla in 2014 is gerenoveerd is deze locatie een aantal maanden gesloten geweest en werden voorstellingen verplaatst naar het kleinere theater. Daarom nemen wij ook 2011 en 2012 mee in het overzicht, zodat een lijn zichtbaar is en het lagere aantal van 2014 in perspectief kan worden geplaatst.

2011:	204 voorstellingen		14.567 bezoekers
2012:	225 voorstellingen		17.869 bezoekers
2013:	224 voorstellingen		22.190 bezoekers
2014:	247 voorstellingen		20.890 bezoekers
2015:	297 voorstellingen		27.430 bezoekers

Theater Walhalla programmeerde de afgelopen jaren een divers aanbod: kleinkunst, cabaret, comedy, toneel, theater, muziektheater, poppentheater, wereldmuziek, klassieke muziek, popmuziek, (internationale) singer/songwriters, jeugdvoorstellingen, talkshows, revues, eigen producties, literaire programma's en opera. Het programma bestaat elk seizoen uit een combinatie van bekende en onbekende namen, van gevestigde makers en nieuw (lokaal) talent.

Naast programma-aanbod in de zalen heeft Walhalla diverse festivals in de wijk, recht voor de deur op het Deliplein geïnitieerd en georganiseerd. Hierbij werd de toneelvloer letterlijk naar buiten gerold. Dit leverde veel bezoekers op die zowel Walhalla als de wijk (her-)ontdekten. Het zorgde voor de broodnodige sociale cohesie tussen oud-Katendrechtters en de nieuwe bewoners.

8. TOELICHTING PER GENRE

Cabaret/kleinkunst

Cabaret/Kleinkunst is een niet te onderschatten en onmisbaar genre, waarin (maatschappelijk) engagement een plek vindt. Een genre dat aanzet tot anders denken en -voelen. Walhalla heeft de afgelopen periode nog meer naam gemaakt als try-out podium voor integer,

bevlogen cabaret met gevestigde cabaretnamen als o.a. Ali B, Youp van 't Hek, Claudia de Breij, Theo Maassen, Javier Guzman en Wim Helsen.

Het heeft echter ook een stevige rol vervuld voor beginnende cabaretiers en kleinkunstenaars, door een plek te bieden aan (finalisten van) de nationale cabaret- en kleinkunsthoeven, van wie er al enkelen zijn doorgebroken met een avondvullend programma, zoals Pieter Derks, Peter Pannekoek, en Yentl en de Boer. The Stand Up Club, een comedy-café in Kantine Walhalla, biedt een podium aan nieuw stand-up comedytalent uit het hele land.

Toneel-theater

Walhalla heeft een duidelijke koers uitgestippeld naar nog meer toneelmatige voorstellingen, die met een tweejarige steun van Fonds Podiumkunsten (Subsidie Incidentele Kleinschalige Programmering) ook financieel beter haalbaar werden. In 2013 besloeg dat circa 2% van de totaalprogrammering met Servaes Nelissen, Esther Scheldwacht en Firma Rieks Swarte. In 2015 was dat bijna 10%, met onder meer: Orkater/Nieuwkomers, Helmert Woudenberg, Van der Vlucht & Co, De Spelerij, Theatergroep Zeelandia, Lies Pauwels, Fahd Larhzaoui en René van 't Hof. Vanaf 2014 is opnieuw werk gemaakt van matinees op vrijdag, waar veel ruimte en publiek voor dit genre voorstellingen is.

Walhalla programmeert met regelmaat de producties van Groots en Meeslepend (voorheen Firma Rieks Swarte), Orkater, Bellevue Lunchtheaterproducties en Toneelschuurproducties, Golden Palace, Theatergroep Matzer en uiteenlopende nieuwe jonge makers, waaronder Hit Me Producties, Het Braamtheater, Kat op het Spek, Groenteman & Vrouw, Alink & Plukaard en John de Weerd. Ook in dit genre staan we graag aan de wieg, door het afstruinen en programmeren van deelnemers aan festivals als Amsterdam Fringe Festival, Its Festival, Festival Cement, Jonge Harten Festival, Parade, Oerol en Over 't IJ.

Muziektheater

Walhalla heeft muziektheater gehad van o.a. het Rotterdamse Ausdauer, de Andersons en Schiettent Rosa (i.s.m. de Rotterdamse Schouwburg). De samenwerking met de Stichting De Rotterdam Connectie (John Buijsman en Keimpe de Jong) leverde mooie locatievoorstellingen op zoals SS de Liefde (2013), Angel Eyes (2014) en Hula Blues (2015).

Ook staan we pal achter het jonge Rotterdamse muziektheatergezelschap Club Gewalt, dat blijvend op zoek is naar plek in eigen stad. De eigen productie- en locatie-



voorstelling Feyenoord de Opera ten slotte was compleet uitverkocht en had een (inter)landelijk publicitair bereik.

Muziek

Naast (Nederlandstalige) folk (Mannen van Naam, Straf), jazz (Ben van den Dungen, Kim Hoorweg, Karsu Dönmez), wereldmuziek (Tango Extremo, Fernando Lameirinhas) en bluegrass (Stringcaster, Ericson Delcroix) is er door de renovatie/isolatie van Kantine Walhalla meer mogelijk op gebied van theaterpopmuziek. Een keur aan namen kwam voorbij: Raymond van het Groenewoud, Danny Vera, Hadewych Minis, Marco Roelofs, Zazi, Jeroen Zijlstra, Spanjers, van Dijsseldonk en Plantheyd en Ricky Koole, JW Roy en Leon Verdonschot.

Naast gevestigde namen hebben jonge en nieuwere artiesten ook een plek gekregen, zoals Smutfish, The Junction, Dennis Koole, Boney King, Krystl, Tim Knol, Lucky Fonz en Orgelvreten. Dit zijn over het algemeen namen die niet elders in Rotterdam te zien en te horen zijn.

Hiernaast programmeerden we in 2013 en 2014 i.s.m. Soulmetropool de serie Holland-Americana met een keur aan buitenlandse blues-, country- en americana-artiesten, Inhakend op een al bestaande Europese tournee hebben we enkele succesvolle concerten in Walhalla georganiseerd, bijvoorbeeld van Sean Taylor, Jeffrey Foucault en Doug MacLoud. Ook (semi)akoestische muziekensembles en zelfs aan licht klassieke muziek stond op het programma. Een voorbeeld hiervan is het vertelconcert De Weg van en door sopraan Ekatarina Levental en Meet the Composer, een serie ontmoetingen met modern klassieke componisten, gepresenteerd door Mike Boddé.

Eigen producties

Theater Walhalla produceert, al dan niet in samenwerking met andere instellingen, ook eigen voorstellingen: Kerst Zonder Grenzen in 2012, Valse Bingo in 2013, Circus Randolphi in 2014 en Eenzaam Duurt het Langst (over eenzaamheid onder ouderen) in 2015. In het voorjaar van 2015 maakte Walhalla furore met zijn grootste productie tot nu toe: Feyenoord de Opera. Verder waren er kleinere producties zoals Joris Kluzt en Alle Hens aan Dek (jeugdvoorstellingen in 2013, 2014 en 2015), Winfried en Ari's Walhalla (talkshow van '13-'16), Puin & Hoop en Lachen in het Donker (beide voorstellingen hadden als thema WO2), Het Sinterklaasverhaal en het Sinterklaas Uitzwaaiontbijt (2013 t/m 2016). De eigen producties/literaire talkshows Boek Nu en Geen Daden Maar Woorden Café hebben uiteindelijk ertoe geleid dat het 'Geen Daden maar Woorden Festival' is verhuisd van de Schouwburg naar Katendrecht en daar in 2015 een succesvolle eerste editie beleefde. De samenwerking met programmeur Marcel Haug (woonachtig op Katendrecht) bij de opzet van de maandelijkse Stand-Up Club leidde tot een compleet festival: Het International Comedy Festival Rotterdam in en om Kantine Walhalla.

Jeugd

Kinderen in contact brengen met theater is van belang om hen kennis te laten maken met kunst en cultuur en zo de cultuurbezoeker van de toekomst te kweken. Door middel van theater wordt een kind ook uitgedaagd creatief te denken, kennis te nemen en te leren van andere culturen, manieren, denkwijzen, oplossingen. Ze leren luisteren, communiceren en interpreteren.

De jeugdvoorstellingen van Theater Walhalla hebben hetzelfde keurmerk als de overige programmering. De grootste succesnummers zijn Walhalla's eigen Sinterklaasvoorstellingen en de eigen jeugdproducties. Ook de voorstellingen gebaseerd op populaire kinderboeken zoals De Gruffalo, Woeste Willem en Brammetje Baas waren een groot succes. Elke 14 dagen programmeren we op zondagochtend jeugdvoorstellingen met een gezamenlijk ontbijt vooraf. Door middel van deze ontbijtvoorstellingen waarbij ouders en kinderen aan lange tafels 'aanschuiven' ontstaan er ontmoetingen. Dat bevordert de sociale cohesie en ouders kunnen lief en leed met elkaar delen. Ze worden merendeels gecombineerd met een ontbijt of een relevante knutselactiviteit na afloop van een voorstelling voor 2+, 3+, 4+ tot 6+. Met muziek, liedjes, poppenspel, dans, mime; alles komt voor.

Festivaloverzicht

Alle festivals zijn oorspronkelijk geïnitieerd en georganiseerd door Walhalla en middels stichtingen verzelfstandigd, waarbij Walhalla door bestuursfuncties nog wel (artistiek) betrokken is.

KID DYNAMITE JAZZ FESTIVAL

door Stichting Kid Dynamite Jazz Festival

Kleinschalig festival dat voortborduurde op de jazztraditie op Katendrecht. Het festival wil kinderen in contact brengen met jazzmuziek in zijn meest brede vorm. Het richt zich op kinderen en hun ouders, al dan niet uit de buurt. Onderdeel van het festival is een community-art project onder de naam Dynamite Kids. Scholen OBS de Schalm en de Globetrotter zijn hierbij betrokken.

DE RONDE VAN KATENDRECHT

door Stichting Ronde van Katendrecht

Gratis toegankelijk evenement waar wielersport en een hoogwaardig cultureel programma samenkomen met o.a. performances, literatuur, (pop)muziek, straattheater en de multidisciplinaire talkshow De Muur on Tour. De rol van Walhalla is artistiek inhoudelijk en Walhalla is de centrale locatie voor de culturele onderdelen van het festival.

WELKOM THUIS STRAATTHEATERFESTIVAL

door Stichting Pacific Enterprise Unlimited

Dit straattheaterfestival is een gratis toegankelijk cultureel festival dat iedereen na de vakantie weer welkom thuis heet en het vakantiegevoel nog even vasthoudt. Het straattheaterfestival is een familiefestival, dat in-



middels uitgegroeid is tot aan de Wilhelminapier. Walhalla is artistiek inhoudelijk betrokken en faciliteert.

NACHT VAN DE KAAP i.s.m. JMR-producties

Een livemuziekfestival dat de tijden van Katendrecht als zeemanskwartier laat herleven. Centraal staat het internationale zeemans- en levenslied. Kleinschaligheid van de optredens, podia en locaties en een divers (internationaal) muzikaal aanbod zijn de succesfactoren. De zevende editie was uitverkocht en kreeg een vermelding in de Lonely Planet Travel Guide. Bovendien won het festival de Nationale Evenementenprijs voor Beste Publieksevenement 2015 en de Rotterdam Music Award voor het Beste Festival. Walhalla is artistiek inhoudelijk betrokken en is één van de vele locaties voor het festival.

24 UUR CULTUUR door Theater Walhalla

24 Uur Cultuur is de Rotterdamse variant van de Uitmarkt, waar culturele instellingen in Rotterdam zich presenteren en het culturele seizoen openen door “24 uur” de deuren open te stellen. Walhalla is onderdeel van het culturele cluster Wilhelminapier/Katendrecht en kan zich met Theater en Kantine Walhalla volop presenteren.

Het INTERNATIONAL COMEDY FESTIVAL ROTTERDAM door Stichting ICFR

In 2014 vond de allereerste editie van het International Comedy Festival Rotterdam plaats. Theater Walhalla is partner en mede-initiatiefnemer. Het festival zet stand-up comedy als een festivalevenement én als podiumkunst op grote schaal in de spotlight. Tijdens het festival komen de diverse en uiteenlopende facetten van stand-up comedy uit binnen- en buitenland voorbij. Het centrale hart van het festival is Kantine Walhalla.

GEEN DADEN MAAR WOORDEN FESTIVAL door Stichting Passionate/Bulkboek

Het vernieuwde Geen Daden Maar Woorden Festival is een ontdekkingsstocht langs literair talent, (inter-)nationale dichters en spoken word-artiesten, singer-songwriters, en muziek(theater). Er is aandacht voor het (her)ontdekken van Nederlandstalige auteurs. Het publiek kan zijn eigen route samenstellen langs verschillende locaties, Nederlandstalig of Engelstalig. Kantine Walhalla is de centrale ontmoetingsplek. Walhalla stelt zelf ook een deel van het programma samen.

KONINGS DAG ROYAL ROLLERDISCO

door Theater Walhalla i.s.m. Ondernemersvereniging Katendrecht en Pacific Enterprises Unlimited.

Gratis toegankelijke rolschaatsdisco op Koningsdag, voor jong en oud, met een vrijmarkt en kinderactiviteiten in de hoofdrol, evenals diverse optredens op het podium. Al jaren een traditie op Katendrecht; het strakke asfalt van het Deliplein is bij uitstek een goede plek voor rolschaatsen en skaten.

9. KNELPUNTEN

We kijken met trots naar het programma van de afgelopen jaren en kunnen vaststellen dat we bovenmaats presteren. De grootste knelpunten hebben betrekking op de zaalcapaciteit en de bezettingsgraad:

- * Als wij een maker geen podium kunnen bieden, is er geen andere (soortgelijke) plek in de stad waar ze terecht kunnen. Bovendien ontbreekt een stap tussen Walhalla en de grotere stadspodia. Samen met andere podiuminstellingen constateren we dat de keten nog niet compleet is.
- * We zitten aan het plafond wat betreft bezettingsgraad, in de toekomst is er daardoor weinig groei te verwachten in publieksaantallen en is er geen ruimte voor nog (veel) meer voorstellingen.
- * Met een klein team zetten we een enorm programma neer. Het op peil houden van de bezettingsgraad, de kwaliteit en de omvang van het programma is met de huidige formatie en middelen van de organisatie geen sinecure en staat daarmee onder druk.

10. VOORUITBLIK OP HET PROGRAMMA

Walhalla zet de ingeslagen weg vol overtuiging door, dat wil zeggen: een **zeer gevarieerd hoogstaand programma-aanbod**, door zo vaak mogelijk een plek te bieden aan voorstellingen uit de vele genres die bij Walhalla passen en waarmee we een breed publiek kunnen bedienen.

Walhalla verdiept zich continu in het **Rotterdamse aanbod**, zoals Club Gewalt, Paul van Soest, Stichting het Dok, Ausdauer, Hond en Wolf, Anna Hermanns, Ari Deelder en theatergroep De Zusjes Van.. We hopen ook meer te zien van De Theatergroep, Matzer, Volksoperahuis, Het Braamtheater, Groenteman & Vrouw, Kat op het Spek, Alink en Plukaard, Als de Beren Komen en Young Gangsters. Daarbij ligt de focus op **nieuwe, net afgestudeerde makers**. We blijven inzetten op **talent-doorstroming**, door hen een plek te bieden stimuleren en ontwikkelen we het culturele artistieke klimaat van de stad. Walhalla onderzoekt de mogelijkheden om in de toekomst een thuis te bieden aan een Rotterdamse versie van de Tekstmederij, dat sinds 2013 zijn thuis heeft in Theater Bellevue en zich inzet voor het zichtbaar maken van nieuw toneelschrijftalent.

Ter illustratie: De Rotterdamse artiest/muzikant Flip Noorman werd door de programmeur van Walhalla gespot op festivals en meteen gevraagd om zijn allereerste avondvullende voorstelling in Walhalla te spelen. Dit succes leidde tot het eigen initiatief van Flip om de komende periode een reeks avonden in Walhalla te mogen opzetten onder de noemer ‘De Biecht’, waarin hij allerlei artiesten uitnodigt om een avond mee te spelen en te schrijven over bepaalde thema’s.



Ook blijft Theater Walhalla inzetten op **eigen producties en festivals, in samenwerking met (culturele en maatschappelijke) partners**, omdat hiermee een brug wordt geslagen tussen publiek en aanbod, en tussen **cultuur en andere sectoren** (bijvoorbeeld onderwijs, of het sociale domein). Zo vinden er weer veel **festivals** plaats op Katendrecht en zetten we ook de lijn van de **jeugdproducties** door. In 2016 wordt gestart met een culturele talkshow voor kinderen vanaf 6 jaar door Joris Lutz. Hij voert gesprekken met kinderen, leidt een 'open podium', maakt muziek met kinderen. Er wordt gekookt, geknutseld en opgetreden. Daarnaast gaat Theater Walhalla optreden als producent van **schoolvoorstellingen**. Voor de komende periode is dat de muziektheatervoorstelling PUIN & HOOP, een initiatief van theatermakers Ferdi Janssen en Hans Thissen i.s.m. Walhalla. PUIN & HOOP trekt een parallel tussen de belevingswereld van kinderen tijdens de Tweede Wereldoorlog en de belevingswereld van kinderen nu. Aan de voorstelling is een educatieproject verbonden, dat aangeboden wordt aan scholen in het basisonderwijs. Tot slot wordt een 'buurtsoap' ontwikkeld: een maandelijks terugkerende serie toneelafleveringen gebaseerd op verhalen uit de buurt, gespeeld door professionele acteurs en spelers van het Rotterdams Wijktheater. In samenwerking met theatermakers wordt gekeken naar de mogelijkheid om na- en voorgesprekken te houden rond voorstellingen, waardoor de verbinding met het publiek wordt versterkt. De **kinderactiviteiten** na afloop van voorstellingen worden uitgebreid.

II. PUBLIEKSBEREIK – TERUGBLIK EN HEDEN

Bereikt publiek

Vanaf 2013, 2014 en 2015 had Theater Walhalla resp. 22.190, 20.890 en 27.430 bezoekers. Dit is een forse toename sinds de oprichting in 2008 (met 3.668 bezoekers). Walhalla kent een jaarlijkse groei van publiek, met uitzondering van 2014, waar een kleine afname van het bezoekersaantal was. Dit was te wijten aan de verbouwing van en verhuizing naar Kantine Walhalla. De groei was ook mogelijk omdat Walhalla regelmatig gebruik kon maken van de naastgelegen Fenix 1 loods. Die stond al die jaren leeg en in samenwerking met diverse makers zijn er met name in 2015 diverse theaterseries gerealiseerd zoals de voorstelling Hula Blues. Sinds oktober 2015 is de loods helaas niet meer beschikbaar vanwege de herontwikkeling.

Samenstelling publiek

Het publiek van Walhalla is divers in leeftijd, woongebied en cultuurprofiel. Dit komt door de brede programmering, en door de dubbele functie van Walhalla: als plek in de wijk, als podium van de stad. Van jeugdvoorstelling tot festival met wijkbewoners, van gevestigde namen tot jong talent. Dit trekt een verschillend publiek.

Samenstelling in leeftijd

Uit onderzoek komt naar voren dat de gemiddelde leeftijd van de Walhalla-bezoeker 50 jaar is. Dit beeld is echter vertekend, doordat kinderen geen eigen klantaccount hebben en niet deelnemen aan publieksonderzoeken. Realistisch is om aan te nemen dat de gemiddelde leeftijd iets lager ligt. Walhalla programmeert immers succesvolle activiteiten voor kinderen/gezinnen.

Uit onderzoek komt dat de verdeling in leeftijd als volgt is:

jaar	
< 12	: 0 %
12-18	: 0,2 %
19-25	: 2,6%
26-40	: 20,7%
41-55	: 38,5%
56-65	: 26,2%
> 65	: 11,8%

Het aandeel 'jonger dan 12' is in werkelijkheid echter een stuk groter, maar de overige verdeling wordt onderschreven voor eigen ervaring en indrukken.

Samenstelling in woongebied

Regio Rijnmond: 51%

Verdeeld onder de volgende postcodes

Rotterdam (3000-3099):	37%
Capelle a/d IJssel – Krimpen a/d IJssel (2900-2949):	4%
Schiedam- Vlaardingen – Maassluis (3100-3159):	5%
Hoogvliet – Spijkenisse- Hellevoetsluis- Middelharnis (3160-3259):	5%

Regio Zuid Holland Zuid: 9%

(Alblasserdam -Ridderkerk – Oud Beijerland – Dordrecht – Zwijndrecht – Papendrecht- Leerdam – Gorinchem)

Overige postcodegebieden Nederland 37%

Overig (buitenlandse adressen, geen gegevens bekend) 3%

In het in 2015 uitgevoerde publieksonderzoek is het aandeel Rotterdammers (postcodegebieden 3000-3099) groter namelijk 42,8%. Overige bezoekers kwamen veelal uit de steden en dorpen rond Rotterdam. Dat onderzoek laat een grote verdeling over de wijken zien, met het grootste aandeel voor Katendrecht en de omliggende gebieden in Rotterdam-Zuid. Daarna volgt een groot aandeel voor Ommoord en Zevenkamp. Dit beeld komt dus overeen met de informatie uit de accounts.

Aanvullend heeft Walhalla ook een eigen indeling:

* **Gezinnen met kinderen.** Katendrecht is een binnenstedelijke VINEX-locatie met veel jonge gezinnen. Rotterdam-Zuid heeft verhoudingsgewijs de meeste



kinderen van Rotterdam. Ook opa's en oma's vallen onder het kopje gezinnen.

* **Jonge senioren** (55+) uit Rotterdam of de omringende gemeenten.

* **Intellectueel-urban.** Stadse jongeren (20-30) die zich graag laten verrassen en voeden door cultuur.

* **Vriendinnen.** Hoogopgeleide vrouwen tussen de 30 en 50 jaar met een baan en kinderen, die er graag met vriendinnen op uit gaan.

* **Moppengenieters.** Mensen die niet vaak, of misschien wel nog nooit, in een theater zijn geweest. Ze gaan eerder naar een café of sportvereniging, maar ze houden wel van een grap en een rol. Zij houden van het laagdrempelige karakter en komen af op cabaret, comedy, kerstvoorstelling, 'gouwe ouwe' of voorstellingen met een maatschappelijk thema.

* **'Avondjes uit'-publiek.** Stellen van 40/50/60 of ouder die met elkaar leuke dingen doen. Ze waren de vroegere abonnementen van de theaters, maar kiezen bij ons voor de vrije keuze en de leuke restaurantjes aan het Deliplein.

* **Early adopters, nieuwsgierigen, pioniers.** Dat zijn de mensen, jongeren en DINKy's (double income, no kids) die in cultuur geïnteresseerd zijn, maar het liefst van alles iets nieuws ontdekken.

Publieksbereik festivals

Naast bezoekers van programma's in de zalen heeft Walhalla veel bezoekers getrokken tijdens de festivals voor de deur.

* KID DYNAMITE JAZZ FESTIVAL: 1500. Het festival richt zich op kinderen en hun ouders, al dan niet uit de buurt, en betreft scholen in de buurt.

* DE RONDE VAN KATENDRECHT: 4000, plus 500 actieve deelnemers. Combinatie van cultuurliefhebbers en sportliefhebbers.

* WELKOM THUIS STRAATTHEATERFESTIVAL: 4000. publiek bestaat uit wijkbewoners en gezinnen.

* NACHT VAN DE KAAP: 10.000, zeer breed en gevarieerd publiek

* 24 UUR CULTUUR: 600, breed publiek aan cultureel geïnteresseerden

* Het INTERNATIONAL COMEDY FESTIVAL ROTTERDAM: 1000, breed publiek aan comedyliefhebbers

* GEEN DADEN MAAR WOORDEN FESTIVAL: 500 bezoekers

* KONINGS DAG ROYAL ROLLERDISCO: 3000, kinderen, gezinnen

Aantonen publieksbereik

Theater Walhalla verkrijgt op verschillende manieren zicht in het bereik en de opbouw van haar publiek. De aantallen zijn via het ticketingsysteem aan te tonen. Met ingang van het theaterseizoen 2014-2015 werkt Walhalla met Stager, een web-based ticketing-programma met meer marketingmogelijkheden. Walhalla heeft inmiddels 20.617 unieke klantaccounts, waarin relevante informatie kan worden gehaald, bijvoorbeeld over geslacht, postcode/woongebied en leeftijd. Aanvullend heeft Walhalla een groot publieksonderzoek (digitaal en schriftelijk) uitgevoerd in 2015. Uit ticketing, klantaccounts en het publieksonderzoek is het publieksbereik en de -opbouw aan te tonen. De eigen indruk, bijvoorbeeld door het directe contact met de bezoekers (o.a. bij ticketverkoop) en het aanwezig zijn bij voorstellingen, onderschrijft de resultaten grotendeels.

Verwachtingen publieksbereik

Het publieksbereik is redelijk overeenkomstig de verwachtingen. Het bereik en de bezetting is constant en zeer hoog voor een theater, en overtreft de verwachtingen enigszins. De diversiteit is in lijn met de algemene trend in de theatersector: het aandeel vrouwen iets groter dan mannen, het aandeel 40- en 50+'ers relatief groot. Opvallend is het eerder genoemde grote aandeel van bezoekers uit Rotterdam-Zuid, veel nieuwe bezoekers, die door het aanbod zowel Walhalla, als de wijk ontdekken.

Hoe bereiken we publiek?

We hebben een breed publiek bereikt via onze papieren programmakrant, die tweemaandelijks verschijnt en bovenregionaal wordt verspreid. De krant blijkt ook een collector's item door de unieke opmaak van kunstenaars AMC Fok. De krant vindt gretig aftrek en nog steeds zien we stijging in de kaartverkoop kort nadat de krant is verschenen. (In een oplage van 12.000). De krant wordt huis-aan-huis verspreid op Katendrecht en omgeving en de organisatie De Kultuurkoerier verspreid de krant op 100 openbare plekken in Rotterdam. De zogeheten "Walhallabuzzers" maken vrijwillig publiciteit voor Walhalla: ze ontvangen een pakket met kranten en verspreiden deze in hun eigen netwerk (werk/clubs/vrienden). Als tegenprestatie worden zij uitgenodigd om als eerste een kijkje krijgen in de nieuwe programmering. Dit genereert een 'buzz' in hun netwerk en levert veel extra bezoekers op.



Naast de krant heeft Walhalla een dagelijkse radiospot op Radio Rijnmond, regelmatig een advertentie in Uit-agenda Rotterdam van Rotterdam Festivals en gebruiken we ook digitale middelen en kanalen. Uiteraard hebben we een eigen actuele en heldere website en zetten we in op social media. Daarnaast wordt onze eigen digitale nieuwsbrief ingezet als marketingtool. Deze nieuwsbrief wordt verzonden naar 3200 unieke abonnees. Ook maakt Walhalla gebruik van een groot bouwboard aan het begin van de wijk voor aankondigingen van speciale voorstellingen, projecten en festivals.

Omdat laagdrempeligheid en 'huiskamersetting' onderdeel zijn van onze identiteit, hechten we veel waarde aan persoonlijk contact met ons publiek en willen we bereikbaar zijn voor de mensen die hier behoefte aan hebben. Hiermee wordt ook ons onderscheidende karakter gevoed. Een groot deel van ons publiek is ouder dan 50 jaar, een groep die persoonlijk contact niet alleen waardeert, maar als meerwaarde ziet. Voor deze groep fungeert het theater als een ontmoetingsplek.

We bereiken ons publiek niet alleen met ons programma en met communicatiemiddelen en -kanalen, maar ook door ons programma en door de vorm van het programma. Zo zorgde de aantrekkingskracht van de diverse festivals voor 'onbedoeld' publiek: bezoekers die op de sfeer of plek afkomen, maar zo in aanraking kwamen met ons aanbod. We bereikten (nieuw) publiek door sponsors uit te nodigen het theater en de festivals te bezoeken met medewerkers, vrienden en familie.

12. PUBLIEKSBEREIK – VOORUITBLIK EN AMBITIES

Bereik beoogd publiek:

We willen dat het publieksaantal blijft groeien, maar beseffen ons tegelijkertijd dat onze capaciteit van zalen en mankracht niet veel meer voorstellingen en dus bezoekers toelaat. Het jaar 2015 was overigens uitzonderlijk met zo'n 290 voorstellingen. Dat kon fysiek omdat de Fenix 1 loods als extra plek (een soort van derde zaal) voor locatievoorstellingen beschikbaar was en daar maakten we veel gebruik van. Het gevolg was wel dat het team van Walhalla overvraagd werd. Daarom wordt voor dit cultuurplan ingezet op een realistisch aantal van 225 voorstellingen in 2017 met een daarop toegesneden adequate personeelsbezetting. In de bezoekers van de festivals is nog groei te verwachten, maar dit beslaat niet onze kernprogrammering.

Samenstelling beoogd publiek:

In grote lijnen willen we ons publiek vasthouden en koesteren we de diverse samenstelling. De balans tussen vaste bezoekers en nieuwe bezoekers is goed en we bereiken een mooie mix van Rotterdammers en bezoekers uit omliggende gemeenten.

Qua leeftijdsindeling vormt de groep 41 tot 55 jaar een belangrijke, vaste basis voor ons theater. Op deze groep blijven we inzetten, door programma aanbod en door persoonlijk contact (**publiek consolideren**).

Tegelijkertijd willen we ook een frisse wind blijven aanvoeren, streven we een breed publiek na en willen we onze verantwoordelijkheid nemen op het gebied van cultuureducatie. Daarom ambiëren we een verlaging van het gemiddelde leeftijd van het publiek van Walhalla. (**publieksverbreding**).

Tot slot willen we ook nieuw publiek blijven trekken. Wijkbewoners en bezoekers die niet of nauwelijks naar het theater gaan. De kerstvoorstellingen i.s.m. het Rotterdam Wijktheater zijn een goede manier voor het trekken van nieuw publiek. We willen dat publiek op laagdrempelige wijze in aanraking brengen met het theater, en de wijk Katendrecht leren (her-)ontdekken. Daarom blijven we ook inzetten op het trekken van bezoekers uit de directe omgeving* (Rotterdam-Zuid). (**publieksvernieuwing**).

* Het klimaat hiervoor is gunstig gezien de vele nieuwbouwprojecten met veel appartementen die op korte termijn gerealiseerd gaan worden op Katendrecht en Wilhelminapier. Deze nieuwe bewoners kiezen heel bewust voor deze plek vanwege de omgeving (mooi uitzicht) en mix van restaurants en culturele voorzieningen zoals Walhalla, Verhalenhuis Belvédère, LP2, Fotomuseum, SS Rotterdam, LantarenVenster en Nieuwe Luxor.

De samenstelling man-vrouw is redelijk in evenwicht, met iets meer vrouwen. We hebben de ambitie deze samenstelling evenwichtig te houden, maar zien dit niet als speerpunt. Ook opleidingsniveau of culturele achtergrond zijn geen uitgangspunten in ons beoogde publieksbereik.

Hoe bereiken we beoogd publiek

Publieksverbreding: De groepen intellectueel-urban en early adopters (tussen 20 en 40) jaar bereiken we vooral door programmering en een daarop aansluitende marketingstrategie, waarbij actiever gebruik wordt gemaakt van social media en door meer Walhalla-buzzers in deze doelgroepen te activeren.

Ook zullen we sponsorclub Walhalla "verjongen"; De huidige club heeft veel leden in de leeftijdsgroep 41 tot en met 65 jaar. Samen met de Raad van Advies van Club Walhalla wordt er een Young Club Walhalla opgezet met ondernemers uit de leeftijdscategorie 20 tot en met 40. Zoals al eerder aangegeven genereren sponsors ook nieuw publiek.

Publieksvernieuwing: Het nieuwe publiek willen we blijven trekken door het organiseren van festivals en



projecten in samenwerking met partners, waarbij een brug wordt geslagen tussen cultuur en andere domeinen. Deze speciale evenementen hebben hun eigen communicatie- en marketingstrategie en door de verbinding met andere domeinen wordt een ander publiek aangesproken. De rol van Walhalla als wijktheater is hierbij ook erg belangrijk: door het (be-) trekken van wijkbewoners (de nieuwe bewoners van De Kaap/Wilhelminapier) en publiek bij de inhoud van het aanbod wordt sociale cohesie bevorderd en wordt een nieuw (Rotterdams) publiek uitgenodigd kennis te maken met het theater als plek, en het programma van Walhalla.

Een goed voorbeeld hiervan is de jaarlijkse kerstvoorstelling. Onderzoek bij de serie kerstvoorstellingen in 2015 (in samenwerking met het Rotterdams Wijktheater) wees uit dat wij bij deze productie gemiddeld 30% starters binnen krijgen (mensen die echt voor het eerst naar het theater komen), en dat van het totale publiek 54% voor het eerst in Theater Walhalla komt en 66% voor het eerst bij een voorstellingen van het RWT. Van alle bezoekers geeft 90% aan naar een volgende kerstvoorstelling te willen komen.

Of onze ambities op dit gebied zijn gerealiseerd gaan we onderzoeken door structurele analyse van de accounts uit te voeren en door publieksonderzoek te herhalen (nulmeting 2015). Ook kwalitatief wordt dit onderzocht: wat analyseren de medewerkers en vrijwilligers van Walhalla, welke ontwikkelingen zien partners?

13. MEERWAARDE VOOR DE STAD EN WIJK

Stedelijke culturele infrastructuur

Walhalla heeft een unieke positie in de stad en staat vooraan in de keten van de stedelijke infrastructuur voor professionele podiumkunsten. Walhalla dient als springplank voor jonge talent, als ontwikkelingsplek voor nieuwe makers, als proeflokaal voor gevestigde namen. Het zorgt voor aanvullend aanbod naast de grote instellingen die voor de continuïteit en topkwaliteit van het culturele aanbod zorgen.

Door afstemming met andere podia in Rotterdam wordt de diversiteit in de stadsprogrammering bewaakt. Een voorbeeld is het doorverwijzen van aanbod naar elkaar zodat producties niet aan de stad voorbijgaan omdat ze 'de weg' naar de juiste zaal niet weten. Theater Walhalla programmeert ook veel (theater)concerten, in afstemming en samenwerking met de andere concertpodia om concurrentie te voorkomen. Theater Walhalla is op kleinschalig niveau een aanvulling op de locaties die er zijn voor pop, jazz en wereldmuziek.

Professionele kunsten en amateurkunsten

Theater Walhalla richt zich in de programmering nadrukkelijk niet op amateurtoneel. Incidenteel vinden

dit soort voorstellingen wel plaats, maar dan als 'gast-bespeling'. Vanuit de positie als theater midden in een wijk fungeert het theater wel vaak als faciliterende locatie voor diverse amateurbijeenkomsten. In de samenwerking met het Rotterdams Wijktheater heeft Theater Walhalla een (co)producerende rol en kiest het bewust voor de combinatie tussen niet-professionele spelers (veelal wijkbewoners) en professionele spelers. De eerste groep gedijt goed bij het vakmanschap, de structuur en de begeleiding die professionals kunnen bieden. De professionals worden op hun beurt geïnspireerd door de frisheid, eigenheid en authenticiteit van de amateur. De samenwerking legt steeds onverwachte vergezichten bloot. Daarnaast zorgt de samenwerking voor een nieuw publiek en groter bereik onder Rotterdammers.

Stadsontwikkeling

De meerwaarde van Theater Walhalla voor de stad Rotterdam laat zich het best uitleggen aan de hand van een door het Bureau Twynstra & Gudde uitgevoerde Maatschappelijke Kosten Baten Analyse (MKBA) uit 2014. Deze MKBA is gemaakt in opdracht van wooncorporatie Woonstad. De corporatie ondersteunde Theater Walhalla financieel vanaf 2008, om hiermee via de exploitatie van het Theater Walhalla (en wijkactiviteiten) de ontwikkeling van de wijk Katendrecht te stimuleren. In deze Analyse is gekeken welke maatschappelijke effecten er optreden en hoe groot deze zijn. De kosten en baten zijn zowel op wijkniveau als op het stadsniveau in beeld gebracht. De hoofdconclusie luidde dat Theater Walhalla positief heeft bijgedragen aan de ontwikkeling en aantrekkelijkheid van Katendrecht. Op het wijkniveau van Katendrecht is het saldo van kosten en baten € 1,7 mln., met een ratio van 1,31. De grootste baten van de komst van het theater zit in de versnelde vestiging van andere bedrijven aan en rond het Deliplein. De totale baten bedragen € 4.5 mln. Daarnaast heeft het theater een positief uitstralings-effect op zijn omgeving. Dit is vertaald in de waardeontwikkeling van de woningen in de omgeving van het theater. Een eventuele versnelde verkoop van woningen door Woonstad is hierin verdisconteerd. De totale baat bedraagt € 1,6 mln. (23% van de totale baten). Overige batenposten betreffen aan het theater verbonden betaalde en onbetaalde werkplekken, de baten van bezoekers aan voorstellingen en festivals, de baten van een project om laaggeletterdheid te bestrijden en tot slot de baten voor de artiesten en talentontwikkeling.

Verlevendiging binnenstad

Walhalla ligt op Katendrecht, maar De Dienst Stedenbouw en Volkshuisvesting heeft bepaald dat de Wilhelminapier en Katendrecht inmiddels tot het stadscentrum behoren. De Erasmusbrug en de nieuwe Rijnhavenbrug hebben de afstand tot het oude centrum verkleind en de vestiging gestimuleerd van andere culturele instellingen zoals Luxor en Lantaren Venster. In de naastgelegen Fenixloods 1 vestigen zich op ter-



mijn drie culturele instellingen: Conny Janssen Danst, Codarts Circusopleiding en Circus Rotjeknor. Deze organisaties brengen verlevendiging van de binnenstad met zich mee.

Theater Walhalla is daarnaast initiatiefnemer van diverse festivals die het nieuwe culturele cluster Wilhelminapier/Katendrecht verrijken. De festivals kleuren de stad. De festivals zijn veelal verzelfstandigd, maar om de vinger aan de pols te houden op het artistieke vlak heeft de directie van Walhalla plaatsgenomen in de diverse besturen en/of in de artistieke leiding. Daarnaast heeft Walhalla intensief gelobbyd om twee nieuwe festivals naar Katendrecht/Wilhelminapier te halen.

Ontwikkeling Katendrecht

De band tussen Theater Walhalla en Katendrecht is vanaf het begin hecht en intens geweest. Theater Walhalla heeft zich meteen gericht op de wijk en om de wijkbewoners en vanaf het begin gratis toegankelijke festivals georganiseerd. Hierdoor vonden ook de mensen van buiten Katendrecht weer de weg naar de Kaap.

Inmiddels zijn de door Walhalla opgezette festivals uitgegroeid tot ware publiekstrekkers. Walhalla is een spil van nieuwe initiatieven geworden. Dat blijkt onder meer ook uit het opzetten van een ondernemersvereniging, die inmiddels veel leden telt en geldt als serieuze gesprekspartner die nauw betrokken is bij overleg met onder meer de gebiedscommissie Feijenoord en de gemeentelijke diensten over verdere winkelbranchering of over herontwikkeling en invulling van leegstaande hangebouwen en haventerreinen.

14. CULTUUREDUCATIE

Walhalla onderschrijft het belang van kunst en cultuur voor kinderen. We maken daarom ruimte voor het faciliteren van cultuureducatie en gaan in bescheiden mate samenwerkingen aan op dit gebied. In de huidige cultuurplanperiode heeft Walhalla dat onder meer gedaan met een groot project tegen laaggeletterdheid, gericht op “zwakke” scholen uit Rotterdam-Zuid, waarbij Walhalla zich opwierp als producent van schoolvoorstellingen. Daarnaast heeft Walhalla in samenwerking met de makers een aantal keren voorstellingen voor volwassenen omgevormd tot schoolvoorstellingen voor het primair onderwijs. Vanuit deze producentenrol is Walhalla ook onderdeel van het Rotterdamse Netwerk Cultuureducatie en Talentontwikkeling. Walhalla heeft de ambitie haar faciliterende rol te blijven voortzetten, (co-)producent voor schoolvoorstellingen te zijn en partner te zijn voor basisscholen in de nabije omgeving.

De ambities op het gebied van cultuureducatie staan omschreven in deel 1 van dit plan. Ook het krachtenveld en de samenwerkingspartners komen daar aan bod.

15. TALENTONTWIKKELING

Theater Walhalla is vanwege haar kleinschaligheid een geschikt podium voor jong talent. Daarmee is er een match met het onderdeel “Excelleren” volgens het Rotterdamse Netwerk Cultuureducatie en Talentontwikkeling. Zij omschrijven dit als: “de uitvoerende en schepende kunstenaars worden ondersteund om een plek te verwerven in de praktijk.” Theater Walhalla staat open voor elk initiatief van jonge (Rotterdamse) makers, artiesten en kunstenaars en wil helpen door ze een plek te geven in de programmering of een culturele verhuur te doen. Eveneens draagt Theater Walhalla voor het Netwerk bij op aan: “een goed klimaat creëren voor talent in de stad, zodat Rotterdam een plek wordt waar jonge kunstenaars zich graag vestigen”. Immers Walhalla zorgt met haar twee kleine zalen voor diversiteit van de stad en een goed podiumaanbod en vormt de eerste schakel in de Rotterdamse keten van kleine naar grote podia. Walhalla is dus vooral een podium voor talentdoorstroming.

De ambities die Walhalla op het gebied van talentontwikkeling heeft, zoals de ontwikkeling van “Werkplaats Walhalla”, zijn omschreven in deel 1. Ook het krachtenveld en de samenwerkingspartners komen daar aan bod.

theater
WALHALLA

