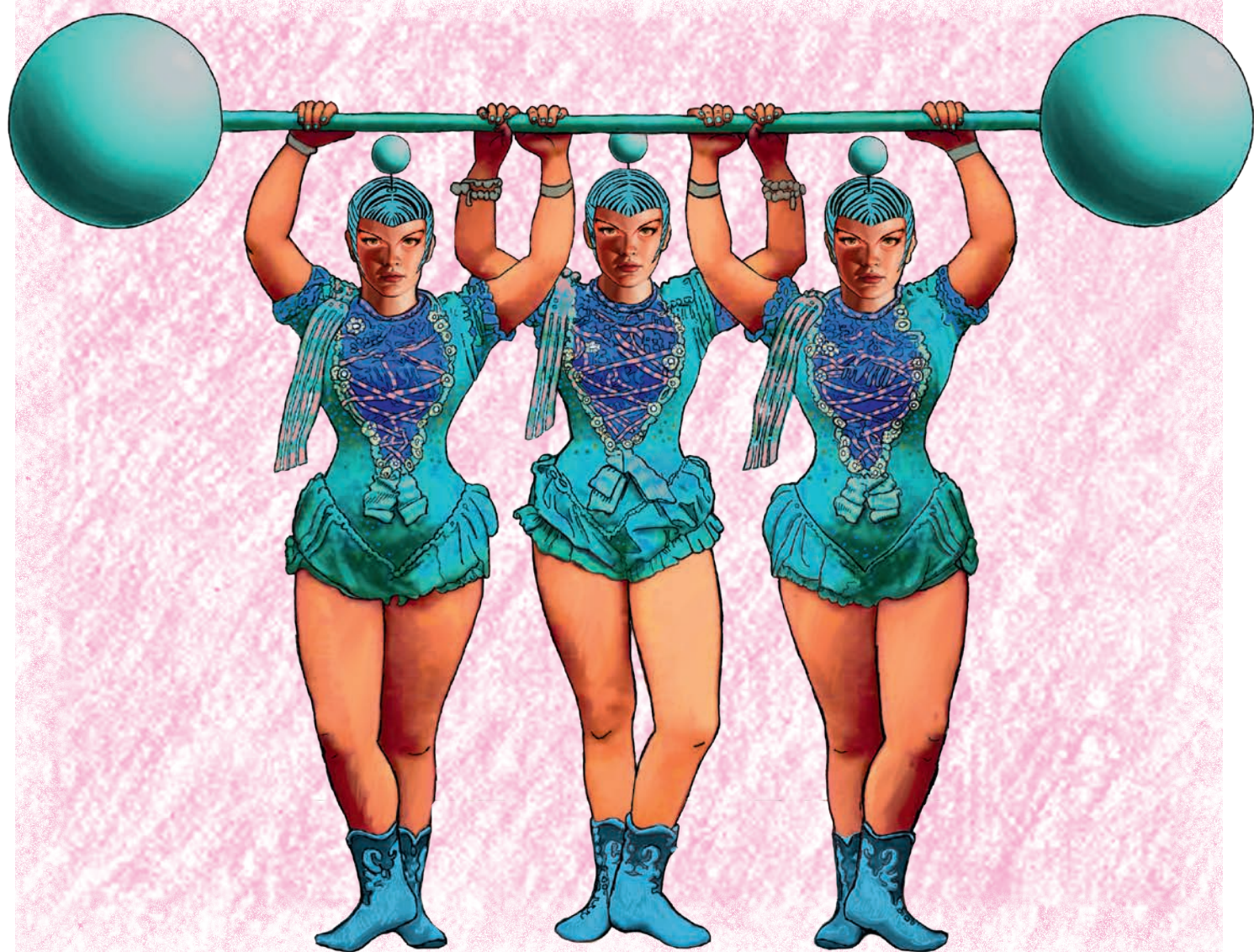


Theater WALHALLA



MEERJARENBELEIDSPLAN 2025-2028

THEATER WALHALLA - KANTINE WALHALLA - WERKPLAATS WALHALLA - METRO WALHALLA



In het hart van Katendrecht gebeurt het echt
Het walhalla van de theaters in de havenstad

Wij zijn van jullie

Langs de Maas

Is waar we artistiek tekeergaan

We doen niks voor de bühne

Maar alles voor het podium

Vroeger rood licht, nu de spotlights

Rauwe, Rotterdamse kunst bruist aan het water

Een levendige beleving

Ooit een danspaleis, nu een theater in beweging

Luan Buleshkaj



INHOUD

| | | | | | |
|---------------------------------|----------|-----------------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| VOORWOORD BESTUUR | 3 | BELEIDSSPEERPUNTEN | 14 | CODES | 19 |
| INLEIDING | 3 | Innovatie | 14 | Diversiteit en inclusie | 19 |
| TERUGBLIK 2021-2024 | 4 | Duurzaamheid | 14 | Fair Practice Code | 19 |
| VOORUITBLIK 2025-2028 | 4 | Toekomstbestendigheid | 14 | Code Cultural Governance | 20 |
| PROFIEL | 5 | Interconnectiviteit | 15 | NAWOORD | 20 |
| Missie | 5 | Inclusiviteit | 16 | | |
| Visie | 5 | PUBLIEK | 16 | | |
| Strategie | 6 | BEDRIJFSVOERING & TEAM | 17 | | |
| Theater en Kantine Walhalla | 7 | COMMUNICATIE | 17 | | |
| Metro Walhalla | 7 | Strategie | 17 | | |
| Werkplaats Walhalla | 10 | Marketingmix | 18 | | |
| Educatie en kinderaanbod | 13 | | | | |
| Ambitie: Grand Theater Walhalla | 13 | | | | |

VOORWOORD BESTUUR

DE KOFFERS VAN WALHALLA

Walhalla is, in onze optiek als bestuur, het meest ondernemende, inspirerende en maatschappelijk betrokken theater van Rotterdam. Een theater dat breed gekend is, ook ver buiten de grenzen van Rotterdam. De programmering, de sfeer, de bemensing en de diversiteit aan bezoekers worden niet alleen geroemd door de artiesten, maar ook door bezoekers, de bewoners van Katendrecht en ver daarbuiten. Het team is met passie betrokken en Walhalla verveelt nooit, met een theater, een werkplaats, Metro Walhalla, het voormalige Portiershuisje en een platformfunctie voor andere initiatieven op Zuid. Een kracht is ook: weten wat past en wat niet past, weten waar de andere collega's uit het werkveld beter in zijn. .

De afgelopen jaren heeft Walhalla zichzelf voortdurend opnieuw uitgevonden. Niet door de visie of het DNA van de programmering te veranderen, maar wel door te luisteren naar wat er om Walhalla heen gebeurt en daar heel actief op in te springen. Zo worden nieuwe chromosomen aan het DNA toegevoegd. Dat geldt niet alleen voor de kansen die er liggen met betrekking tot de programmering, maar ook de mogelijkheden voor huisvesting, gekoppeld aan nieuwe programmering, het professionaliseren van de organisatie en het toekomstgericht kijken naar de eigen rol.

In 2023 zijn op al die gebieden weer belangrijke stappen gezet. De officiële eerste 'scep' aarde ging uit de grond voor de bouw van Metro Walhalla, waar een geheel eigen programmering komt voor een specifieke doelgroep. Er is ook een scherpere focus op de invulling en functie van de

Werkplaats. Daarnaast blijft er de grote betrokkenheid met de directe bewoners, fondsen en het bedrijfsleven. De directie maakt zeer gerichte keuzes in het betrekken van expertise die op dat moment nodig is voor de ontwikkeling van Walhalla. Of dat nu gaat om nieuwe bestuursleden, nieuwe medewerkers, het bedrijfsleven of de politiek.

In 2023 is door het vernieuwde bestuur ingezet op de verdere ontwikkeling van Metro Walhalla, het Portiershuisje en de kansen die er liggen in de geplande herontwikkeling van veevoederfabriek Provimi op Katendrecht om daar de gewenste middenzaal te kunnen ontwikkelen. Daarnaast zijn er fikse stappen gezet tot verdere professionalisering van de organisatie en de wens van de directie om te werken aan de continuïteit. Het bestaansrecht van Walhalla moet gewaarborgd worden in de komende beleidsperiode, zeker omdat de directie op enig moment in de komende jaren stappen terug gaat zetten. Daar ligt een opdracht voor de komende beleidsperiode.

Namens het bestuur van de Stichting Theater op Katendrecht en Stichting Werkplaats Walhalla wil ik de gehele organisatie bedanken voor de inzet, betrokkenheid en passie. Ook de afgetreden bestuursleden wil ik noemen vanwege hun ongehooflijke inzet de afgelopen jaren. Het is een eer deel uit te maken van de reis van Walhalla en er weer koffers vol diverse, inclusieve, vernieuwende, uitdagende inhoud aan toe te kunnen voegen.

Wilma Franchimon, voorzitter

INLEIDING

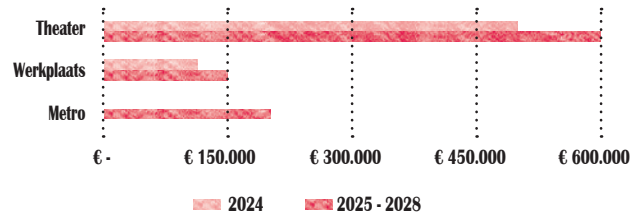
Stichting Theater op Katendrecht, roepnaam Walhalla, is als programmerend en producerend theater met drie zalen en een eigen productiehuis een culturele ontmoetingsplek, gedreven door een onderzoekende houding die aansluit bij de nieuwste gedachten van spelers, makers en publiek. Walhalla wil toegankelijk zijn voor iedereen, uit alle lagen van de bevolking. Dichtbij op Zuid, maar ook voor publiek uit andere delen van de stad en het land. Steeds meer kijkt Walhalla in de programmering naar de inhoudelijke zeggingskracht van het programma en de vraag hoe een voorstelling

en/of de maker zich verhoudt tot de wereld waarin we leven. Met een constant gemiddeld bezettingspercentage van 85% kunnen we bovendien stellen dat de Rotterdammer en het publiek van daarbuiten het theater goed weet te vinden en de publieksbeleving waardeert. We doen in de beleidsperiode 2025-2028 een beroep op de Gemeente Rotterdam om financieel meer bij te dragen aan de continuïteit van Theater Walhalla, de verdere borging van productiehuis Werkplaats Walhalla en mee te investeren in de nieuwe zaal Metro Walhalla.

en in Nederland. Voor de bestaande zalen Theater en Kantine Walhalla is de gevraagde subsidie iets hoger dan in de vorige periode. Dit heeft te maken met de verwachte groei in het aantal bezoekers, als gevolg van de toename van het aantal bewoners in Rotterdam en Katendrecht in het bijzonder. Dit vereist dat we de culturele voorzieningen laten meegroeien. Walhalla wil daarom het aantal voorstellingen met ongeveer een kwart laten groeien, van 300 voorstellingen naar 370 voorstellingen per jaar in alle zalen. We vragen tevens meer aan omdat Walhalla de Fair Practice Code in de nieuwe beleidsperiode verder doorvoert. Zo volgen we vanaf 2025 de cao Nederlandse Podia. Ook het kunnen vervangen van de directie, die in de komende beleidsperiode de pensioengerechtigde leeftijd bereikt, vraagt om een salarishuis dat

in staat is een directeur of bestuurder met het juiste profiel in dienst te nemen. **Daarom doet Theater Walhalla een aanvraag van € 950.000 subsidie per jaar in de cultuurplanperiode 2025-2028.**

Aanvraag



PROFIEL

MISSIE

Walhalla wil met de programmering mensen vermaken, verrassen, inspireren en uitdagen om na te denken over hun eigen rol in de maatschappij. We verbinden theatermakers met publiek en zijn een aanjager van vernieuwing en innovatie in de theatercircuits van Rotterdam en Nederland. Dat wordt bereikt in de sfeer van de verbeeldingskracht, en daar zit de waarde van Walhalla. Walhalla staat voor professioneel theater en heeft bewezen dat voorstellingen met diepgang ook laagdrempelig en toegankelijk voor een breed publiek kunnen zijn. Walhalla gelooft in de **kracht van verhalen** vertellen. Verhalen die verrassen, ontroeren en verbinden. Verhalen die herkenbaar zijn, of juist schurend en ongemakkelijk. Onvertelde verhalen die iets zeggen over de verteller en over de persoon aan wie ze verteld worden. Dat is de rol van het theater: meer laten zien dan alleen een eendimensionaal beeld. Cultuur gaat over alles wat mensen doen: over hoe mensen betekenis geven aan het leven en over de vraag hoe mensen proberen te begrijpen wat er om hen heen gebeurt. Wij beschouwen het gezien en gehoord worden als een primaire levensbehoefte. Mensen die zoeken naar **betekenisgeving**, hebben voorbeeldfuncties nodig. Theater is bij uitstek een verschijnsel dat hierin voorziet. Zeker lichtvoetige, toegankelijke en communicerende presentatievormen zijn in staat een groot publiek te bereiken. Theater is de veiligste plek om onveilige onderwerpen te bespreken. **Het nieuwe geluk is immaterieel**: verrijking in de vorm van inzichten, ontspanning, verdieping en ontmoeting. Daarom gaan we ook in deze beleidsperiode op zoek naar makers en artiesten die hierover nadenken. Daarbij blijven we er wel op letten dat hetgeen men brengt, voldoende **communiceert met ons publiek**. **Ontmoeting** vindt in de context van Theater Walhalla plaats op een abstracter, minder direct niveau. We vinden het belangrijk dat er niet alleen naar absolute aantallen gekeken wordt wanneer we impact meten. Die vraag klinkt door in onze programmering: welk verhaal wordt verteld, welke impact maakt dit op het publiek, hoe reageren ze erna? Onze uitdaging is om in alles wat we doen een bijdrage te leveren aan wat we op een abstracter niveau willen bereiken.

Theater Walhalla **verbindt artistieke kwaliteit met maatschappelijke betekenis**: voor de stad, de bewoners en de kunstdisciplines. Daarmee leveren we al 15 jaar een positieve bijdrage aan de ontwikkeling van Rotterdam, dwars door alle lagen van de bevolking heen, met publiek van Zuid tot Hillegersberg. De diversiteit van Rotterdam willen we weerspiegelen in onze programmering, publiek, personeel en partners.

VISIE

Walhalla is een **persoonlijke en betrokken organisatie**: dichtbij bezoekers, nauw verbonden met makers en vele andere initiatieven, maar ook met een meer dan warme belangstelling voor de directe omgeving. Het is een toegankelijke ontmoetingsplek. Theater Walhalla is aanjager van (culturele) groei en bloei in de wijk en in Rotterdam-Zuid, door een brug te slaan tussen cultuur en relevante onderwerpen zoals leefbaarheid, diversiteit en inclusiviteit, sociale cohesie en onderwijs. De persoonlijke benadering van het publiek wordt ook waargemaakt door onze grote groep kassavrijwilligers. Zij praten met het publiek en weten wat er speelt.

Walhalla staat voor **eigenheid en ondernemerschap**. Voortdurend alert op nieuwe talenten, nieuw publiek en nieuwe kansen, maar ook op een goede verbinding met het bedrijfsleven en andere culturele initiatieven. We zijn organisch gegroeid van een klein vestzaktheater tot een samenspel van vier theaterzalen, elk met een eigen karakter en een eigen doelgroep, maar allemaal met duidelijk Walhalla-DNA. Walhalla onderscheidt zich met unieke reeksen, het eigen productiehuis en de eigen programma's (zoals Volmondig, Ken Je Dat Niet Horen Dan en Tussen Kunst & Kids) en richt zich daarmee nadrukkelijk op meer dan het landelijk tourend aanbod.

Walhalla staat voor een **verrassende programmering**: boeiend, speels, urgent en initiatiefrijk. Het programmaprofiel richt zich op het immateriële, culturele erfgoed en de

verhalen in de stad. Gevestigde namen experimenteren in Walhalla, nieuwe makers wordt de kans geboden zich te ontwikkelen tot zelfstandig professional: verbonden aan publiek, aan de stad Rotterdam en aan het landelijke theaterwerkveld. Walhalla is een producerend kwaliteitspodium met een gevarieerd programma, gekenmerkt door authenticiteit, artistiekheid, ambacht en communicerend met het publiek. Onze **kleinschaligheid** zorgt ervoor dat bezoekers en artiesten zich thuis voelen, het bijzonder vinden om zo dicht bij elkaar te zijn, zich gezien voelen en daarom graag terugkomen. Voor makers die bij ons try-outen is die kleinschaligheid een groot voordeel: doordat het publiek in onze zalen altijd heel dichtbij is, hoort een artiest precies hoe een artistieke keuze ontvangen wordt. Dat is uniek in Rotterdam.

Walhalla is met de kleine zalen het begin van de **culturele keten** in Rotterdam en is van essentiële waarde voor het behoud van veelbelovende makers voor de stad. Winnaars van de diverse landelijke talentenfestivals krijgen een plaats in onze programmering. Ook heeft Walhalla een diepe band met Rotterdamse makers, van jong tot oud, niet zelden net-afgestudeerden. Met hen ontwikkelen we in de nieuwe beleidsperiode speciale programma's en programmalijnen, zoals muzikale zondagmiddagprogramma's, talkshows over urgente onderwerpen en kinderprogrammering. De intimiteit van onze zalen maakt Walhalla een geliefde locatie voor performers met landelijke bekendheid die hun voorstelling in Rotterdam willen try-outen.

Walhalla heeft een onderscheidend profiel en een **breed eclectisch** programma met eigenzinnige, kleinschalige, laagdrempelige en verfrissende voorstellingen. Door tegendraadse combinaties, onverwachte context en de kruisbestuiving met verschillende partners weet Walhalla publiek, theatermakers, wijk en stad aan zich te binden. Walhalla bereikt dat door het exploiteren van een theater met drie zalen, een productiehuis, het programmeren van voorstellingen, het (mede) initiëren van festivals en het voorzien in ontwikkelplekken voor professionele kunstbeoefening.

Zalen

Walhalla beschikt vanaf oktober 2024 over vier zalen met een verschillende omvang en publieksbereik. In **Theater Walhalla** (72 stoelen) en **Kantine Walhalla** (172 stoelen) programmeren we toneel, cabaret en kleinkunst, (theater) concerten, jeugd, verhalend muziektheater, spoken word, talkshows, performance, opera en crossovers. **FC Walhalla** is het foyercafé van Kantine Walhalla op de begane grond. Het is niet alleen een ontvangstruimte waar publiek voor en na de voorstelling iets drinkt, maar FC Walhalla heeft ook een podiumfunctie met 80 losse zitplaatsen en een capaciteit van 150 staanplaatsen. We tellen FC Walhalla echter niet mee als volwaardige zaal, want als er geprogrammeerd wordt, kunnen we het publiek niet meer opvangen. **Werkplaats Walhalla** is ons productiehuis, met een repetitieruimte en een theaterzaal met inschuifbare tribune (120 zitplaatsen). Werkplaats Walhalla biedt plek voor nieuwe theatermakers die verhalend muziektheater maken. Deze makers begrijpen dat een verhaal niet alleen verteld dient te worden, maar ook gehoord moet worden door het publiek. Werkplaats Walhalla geeft ruimte aan experiment en innovatie, en ondersteunt (jong) talent in hun artistieke ontwikkeling én als culturele

ondernemers. Het productiehuis vormt zo een belangrijke schakel in de keten van talentontwikkeling in Rotterdam en Nederland. Als aanvulling op de bestaande locaties, zal eind 2024 **Metro Walhalla** geopend worden. Dit is de zaal in de kelder onder Kantine Walhalla die dienst zal gaan doen als clubzaal. De Metro wordt een vrije, dynamische ruimte met podiumfunctie, met een capaciteit van 80 tot 150 zitplaatsen (afhankelijk van de soort zitopstelling) en 250 staanplaatsen.

Bovendien spant de organisatie zich in de komende beleidsperiode in voor de realisatie van een kleine middenzaal op Katendrecht, een vijfde zaal voor Walhalla met 400 stoelen onder de werktitel **Grand Theater Walhalla**, maar vooral een zeer urgente aanvulling op de podiumketen voor de gehele stad. De Kleine Walhalla, Metro Walhalla, de theaterzaal van Werkplaats Walhalla en Kantine Walhalla geven ons de mogelijkheid makers en voorstellingen intern door te laten stromen. Een experiment in de vrije ruimte van Metro Walhalla kan de stap zetten naar de reguliere programmering, een Werkplaats-productie kan na een goed bezochte speelseeks in de Werkplaats en een succesvolle landelijke tour de stap zetten naar Theater of Kantine Walhalla. We zien voortdurend dat makers en hun voorstellingen Theater Walhalla op den duur ontgroeien en doorstromen naar het landelijke middenzalencircuit of zelfs het grotezalencircuit. De locaties van Walhalla geven ons de mogelijkheid om makers binnen

onze eigen zalen door te laten stromen. Op deze wijze kunnen wij niet alleen veel verschillende makers plek bieden, maar tevens de ruimte bieden om door te groeien en op die manier te blijven bouwen aan een band met Walhalla-publiek en de stad Rotterdam. Grand Theater zou dan ook een zeer urgente aanvulling zijn op de podiumketen voor de gehele stad..



STRATEGIE

In de nieuwe beleidsperiode gaat Theater Walhalla zowel in de programmering als in de producties sterker het accent leggen op de nieuwe trend in theaterland: de hernieuwde aandacht voor het vertellen van verhalen. Wij constateren dat veel makers, vooral die met een bi-culturele achtergrond, steeds meer een directe manier van vertellen hebben waarbij de acteur zelf als het ware samenvloeit met het materiaal. Dat gebeurt steeds vaker vanuit het perspectief van de eigen geleefde ervaring. Dat lijkt logisch; er is in de wereld zoveel aan de hand dat theatermakers niet anders kunnen dan hierover te vertellen. Deze autobiografische en documentaire trend is in Theater Walhalla al langer zichtbaar bij de voorstellingen van bijvoorbeeld Laura van Dolron, George & Eran en Dilan Yurdakul. Het is voelbaar dat makers zich bezighouden met urgente, actuele en grootschalige onderwerpen en gebeurtenissen, zoals Me Too, Black Lives Matter, klimaatverandering, polarisering en de kloof tussen arm en rijk. Makers verhouden zich hiertoe, onderzoeken de eigen rol en zijn bezig nieuwe morele ijkpunten te bedenken. Theaterzalen en productiehuisen spelen een belangrijke rol in het faciliteren en programmeren hiervan.

THEATER EN KANTINE WALHALLA

De podia

Walhalla is een kernpodium met twee zalen voor landelijke cabaretiers en kleinkunstenaars. De Kleine Walhalla is door de schaal ideaal voor beginnende namen, die we faciliteren in de opstart van hun carrière. Kantine Walhalla is groter en is geschikt voor artiesten die verder zijn. Ook is de Kantine een gewilde locatie voor televisieopnames door het unieke uitzicht op de Rotterdamse skyline dat achter de toneellijst zit. Op urgentie kan een zaal worden aangepast om een voorstelling mogelijk te maken, of er wordt gezamenlijk gezocht naar een juiste locatie buiten Walhalla. De artiesten en theatergroepen die dit willen, kunnen daarbij gebruikmaken van de kennis en ervaring van onze artistieke en technische teams, de afdeling kaartverkoop, de marketingafdeling of de publieksdatabase. Voor Walhalla zijn deze projecten een manier om zichzelf te profileren en om nieuw publiek te binden.

Het aanbod

Walhalla programmeert **grootstedelijk en landelijk aanbod** dat afkomstig is van meerjarig gesubsidieerde gezelschappen. Relevante kunstenaars als Via Rudolphi Producties, Likeminds, De Gemeenschap, Theater RAST, De Theatertroep, Nineties Productions en Dood Paard vinden bij ons hun Rotterdamse podium. Daarnaast ziet Walhalla heil in het nog meer samenwerken met de diverse festivals die Rotterdam al rijk is zoals het Circusstad Festival, Codarts Pop op de Kaap, In-Jazz, North Sea Round Town, Stichting Live at Rotown, O. Festival, Theater Na de Dam, Comedyclub Haug en Koningsdag. Verder neemt Walhalla de verantwoordelijkheid om stevast de nieuwe namen uit de theaterwereld te programmeren, zoals de opkomende cabaretiers en kleinkunstenaars van de diverse cabaretfestivals. Via het Amsterdams Kleinkunst Festival, Comedytrain de Nieuwe Lichting, de winnaars van het Café Theater Festival, toneeldebuten in Het Debuut en de opvallende acts van het Amsterdam Fringe Festival komen we aan interessante artiesten die vliegen kunnen maken in ons maandelijks cabaret- en kleinkunstprogramma Giggle.

We produceren om de twee jaar een **eigen jeugdvoorstelling over oorlog en vrijheid**, in het kader van Theater na de Dam. Door een parallel te trekken tussen toen en nu, en door te vertellen welke lessen jongeren kunnen trekken uit oorlog en conflict, stimuleren we de waardering voor de democratische rechtsstaat. Ons jonge publiek leert hoe zij zelf verantwoordelijkheid moeten nemen en hoe zij een actieve bijdrage kunnen leveren aan de versterking van de vreedzame samenleving. Voor elke voorstelling kiezen we een aansprekend stukje geschiedenis uit, dat bij ons tot de verbeelding spreekt en zich goed leent voor een verhaal dat raakt. Recentelijk zijn we meer nadruk gaan leggen op de thematische relevantie voor de kinderen van onze stad Rotterdam, met de voorstellingen The Kid Dynamite Story (over de Surinaamse muzikant die tijdens de oorlog jazz introduceerde op de Kaap), Sultan In de Maan (over de Marokkaanse Sultan die het leven van 300.000 joden in Marokko redde tijdens WO2) en Dolle Dinsdag (over fake-news in oorlogstijd).

We continueren de **spoken word-dinnershow VOLMONDIG**: vijf avonden met een woordkunstprogramma, waar-

in poëzie en/of spoken word gecombineerd wordt met een maaltijd. De optredens zorgen voor de gespreksonderwerpen, die het publiek gezeten aan lange tafels met elkaar deelt zodat er tijdens het eten gesprek ontstaat. VOLMONDIG richt zich op een jong en divers publiek en het format kan rekenen op belangstelling van theaters buiten Rotterdam zoals De Kleine Komedie in Amsterdam, Leidse - en Goudse Schouwburg en Kunstmin in Dordrecht.

Walhalla haalde in 2022 het Utrechtse format **Café Theater Festival** naar Rotterdam en blijft de komende jaren hoofdpartner van het CTF. In één weekend spelen vijftien nieuwe makers meermaals een korte voorstelling in cafés op Katendrecht, Wilhelminapier en de Afrikaanderwijk. Zo komen vaste cafébezoekers in contact met theater en ontstaat er ontmoeting met de festivalbezoekers.

Ook zetten we **Ken Je Dat Niet Horen Dan** voort, een talkshow en podcast waarin het Feyenoordsupporterschap door een wetenschappelijke én kunstzinnige bril bekeken wordt. Andere producties zijn **Nacht voor de Kaap**, een meezingdiner waar publiek warm kan draaien voor het festival Nacht van de Kaap (ook ooit door Walhalla bedacht en geïnitieerd). De succesvolle maandelijks cabaret- en kleinkunstavond **Giggle**, waar verschillende beginnende cabaretiers hun grappen uitproberen, blijven we de komende jaren organiseren. Walhalla maakt al jarenlang naam met de eigen **Sinterklaasvoorstelling** en **Kerstvoorstelling**, die allebei de hele maand december te zien zijn bij Walhalla en stevast uitverkocht zijn. Ook de kerstvoorstelling is gecombineerd met een gezamenlijke maaltijd aan lange tafels, waardoor ontmoeting en gesprek ontstaan. Tot slot zijn er nog enkele losse, unieke formats die alleen in Walhalla te zien zijn: **Six String Sessions** (gitaar/jamsessies o.l.v. Joris Lutz) of bijvoorbeeld **De Dag van de Rotterdamse Trio's**.

METRO WALHALLA

Aanleiding

“De Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur voorzag kansen voor een culturele sector die meegaat met demografische ontwikkelingen van de stad”. Dit schreef de RRKC in haar adviesrapport ‘Inclusiviteit: de stad is meervoud’ over de kans voor het blijven en beginnen met aanbieden van ruimte, in zowel het fysiek als financieel faciliteren van talentontwikkeling en doorstroming. “Dit soort ruimtes zijn van belang voor artistiek-inhoudelijke ontwikkeling van de nieuwe makers binnen Rotterdam en binnen het Rotterdamse culturele veld als geheel”. Makers zijn er binnen Rotterdam genoeg – de RRKC noemt Rotterdam een vruchtbare plek voor talentontwikkeling, maar deze talenten moeten zich helaas voegen naar de “door traditie bepaalde regels en structuren”. De Gemeente Rotterdam deed een beroep op de huidige cultuurinstellingen om met innovatieve programma’s in te spelen op de smaken van deze doelgroep.

Metro Walhalla is hier het antwoord op, want de grenzen van uitbreiding en programmering van de Kleine, Kantine en Werkplaats Walhalla zaten aan hun taks. Dat is niet nieuw: de ambitie om Metro Walhalla te realiseren en hierop in te spelen, is een aantal jaren geleden al ontstaan. In het vorige

beleidsplan (t.b.v. cultuurplanperiode 2021-2024) hebben we dit al beschreven en daar werd destijds enthousiast op gereageerd in het advies. De commissie gaf aan “veel potentie te zien in het experimentele aanbod van Metro Walhalla”. Natuurlijk hadden we gewild dat deze nieuwe locatie nu al op volle toeren zou draaien, maar met name vanwege de Coronacrisis heeft dit wat langer op zich laten wachten. Toch hebben we zeker niet stil gezeten, integendeel. We hebben de ruimte onder de Kantine uitgegraven en hier een zaal gebouwd, met private gelden en crowdfunding. Dat was een totale investering van 1,2 miljoen euro. Zo is een ruimte gecreëerd waar de verhalen van deze Rotterdamse talenten hun publiek kunnen gaan ontmoeten. Hiermee laat Walhalla zien dat ondernemerschap nog altijd in het DNA zit en dat veel partijen niet alleen in het concept geloven, maar hier ook een bijdrage aan willen leveren.

Met Metro Walhalla komt er een nieuwe plek binnen de bestaande culturele infrastructuur. Binnen ons aanbod wordt dit een plek voor makers en publieksgroepen die in de instellingen nog weinig hun plek kunnen vinden. Het aanbod hoeven we niet zelf te ontwikkelen, want dat zou een misvatting zijn. Voor hen die zich binnen deze netwerken en scenes bewegen is het aanbod zichtbaar, maar voor bestaande (veelal structureel gesubsidieerde) instellingen zijn zij niet altijd even goed in beeld. Walhalla is zich ervan bewust dat ook wij bij deze groep horen, maar we voelen en onderstrepen de in de uitgangspuntennota beschreven noodzaak om deze doelgroepen en organisaties beter te faciliteren. Met de Metro als nieuwe zaal maken we dit mogelijk, samen met de scenes.

Onderzoek

Alles begint bij het vergaren van kennis over de bestaande grassroots-organisaties en -bewegingen. Wij zijn verweven met Zuid en voelen de noodzaak, maar is Walhalla wel de aangewezen partij om hier iets aan bij te dragen? Om antwoord te krijgen op deze vragen hebben we geïnvesteerd in een extern uitgevoerd onderzoek. Een researcher is met het idee van Metro Walhalla de stad in gegaan en heeft gesproken met allerlei verschillende organisaties en personen uit de doelgroep die normaal minder een plek vindt in het aanbod van structureel gefinancierde instellingen. Het onderzoek richtte zich op de vraag of Metro Walhalla een interessante plek voor hen zou kunnen zijn en hoe we dit succesvol zouden kunnen neerzetten. Het bleek dat de vraag naar plek enorm was: nagenoeg iedereen reageerde enorm enthousiast, en er ontstonden direct plannen en ideeën. Dat gaf bevestiging, maar ook veel inzicht in hoe we dit op een succesvolle manier zouden kunnen gaan exploiteren. We moeten de krachten bundelen en elkaars sterke punten benutten. Wij hebben de ervaring en expertise van een gevestigde, programmerende en producerende instelling; de organisaties waarmee we samenwerken hebben de achterban, het programma en de kennis van de (sub)cultuur. Mede door dit onderzoek zijn we gekomen tot een coproducerende insteek voor het programmeren van Metro Walhalla.

Artistiek profiel

De programmering in Metro Walhalla is experimenteel, avant-gardistisch, extravagant, laagdrempelig, intiem, underground, kleurrijk emancipatorisch, urgent en gedurfd.

Binnen de programmering richt de Metro zich op stijlen als spoken word, performance, drag, hiphop, comedy en spannende, vernieuwende crossovers die de grenzen tussen stijlen en genres doorbreken. Met deze nieuwe zaal richt Walhalla zich op het bereiken van het diverse, jonge en grootstedelijke publiek, zodat er binnen de culturele infrastructuur programma is dat hen bedient.

Het personeel van Metro Walhalla is representatief voor de diversiteit en inclusiviteit die we nastreven. Het team Metro bestaat uit een locatiemanager/host, programma coördinator/programmeur, deelprogrammeurs, productiemedewerker, technici, en een PR-medewerker. Daarnaast komt er een poule van kassavrijwilligers en barmedewerkers die zich verbonden zullen voelen met de Metro. Het team begrijpt de unieke identiteit van de locatie en fungeert als een hecht team dat de Metro Walhalla-visie uitdraagt. Voor dit team doen we daarom een beroep om meer geld vanuit het cultuurplanbudget, evenals voor de kosten van programmering en exploitatie.

Er zijn ongeveer 120 presentatiemomenten per jaar, gemiddeld 2-3 avonden per week (waarschijnlijk dinsdagen en donderdagen, populaire uitgaansavonden voor jongeren). De gemiddelde entreprijs zal rond de € 10 liggen. We hanteren altijd een toegangsprijs, omdat we vinden dat voor kunst betaald moet worden. Wel overwegen we op sommige avonden pay what you can, zodat jongeren met een kleinere portemonnee ook kunnen komen. In het eerste seizoen waarin Metro Walhalla volledig meedraait, verwachten we ongeveer 11.500 bezoekers te verwelkomen.

Werkwijze

Walhalla wil met een spannende en meer experimentele zaal nieuw aanbod scheppen en daarmee jong publiek duurzaam aan zich binden. Hoewel de Metro toegankelijk moet zijn voor iedereen uit heel Rotterdam en daarbuiten, is onze ervaring uit eerste hand dat het publiek op Zuid belangstelling heeft voor laagdrempelig programma. Zij beleven cultuur normaal gesproken informeel (d.w.z. buiten de muren van de instituten) en zijn geïnteresseerd in thema's die dicht bij hun persoonlijke belevingswereld staan. Om daar goed op in te kunnen spelen zullen we samenwerken met sleutelfiguren en grassroots-organisaties die onderdeel zijn van (jongeren) culturen. Met hen zullen we in coproductievorm nieuwe programma's ontwikkelen en/of bestaande programma's aanpassen naar een voor Metro Walhalla succesvolle vorm. Naast deze coproducties zal er ook ruimte zijn voor eigen programma's die zich lenen voor niet-traditionele theaterzalen, en die we tot voor kort dus nog niet kwijt konden. Het geeft bovendien ruimte aan meer ad-hoc programma: iets waar juist nieuwe makers vaak behoefte aan hebben, omdat zij nog minder in staat zijn mee te bewegen met theaters die ver van tevoren de programmering al rond hebben. Deze nieuwe makers hebben vaak ook behoefte aan repetitieuime en met Metro Walhalla hebben we een extra locatie die we hiervoor in kunnen zetten.

Door te werken met een coproductievorm, verenigen we de krachten. Doordat we onderzoek hebben laten uitvoeren hebben we, naast opgedane kennis, ook direct een lijst met

samenwerkingspartners die allen in de startblokken staan om Metro Walhalla tot de nieuwe underground hotspot van Zuid te maken. Er is dus al veel draagvlak voor deze nieuwe plek. Hieronder is een selectie weergegeven van de partijen en personen die graag met ons willen samenwerken. Met deze voorbeelden geven we een inkijk in hoe we de programmering van Metro Walhalla voor ons zien: ruimte voor subculturen, cross-overs, experiment en verhalende vormen. Zo openen we de deuren naar de rest van de stad en Zuid in het bijzonder, als een plek van en voor Rotterdam.

Brand Konings - Expand Rotterdam

Brand Konings, geboren op Katendrecht en nog altijd woonachtig op Zuid, bedacht Expand Rotterdam: maandelijkse feesten waar de hiphopcultuur gevierd wordt en waarbij verschillende elementen zoals kunst, fashion, dans, muziek, food en performance art samenkomen. Hoewel nog relatief nieuw, zijn er inmiddels al vijf uitverkochte edities geweest. Tijdens deze edities werd er een nieuw kledingmerk gelanceerd, werd er een nieuwe collectie of stocksale getoond, werd er eten geserveerd en was er live performance of een interactieve expositie. De avonden werden afgesloten met een DJ. Met het neerzetten van concepten en door het te combineren met het nachtleven, opent Expand Rotterdam deuren voor jongeren naar exposities en kunst. Een groot succes, maar de activiteiten moeten op de huidige locatie stoppen, dus hij zoekt een nieuwe partner. Brand Konings ziet Metro Walhalla helemaal zitten als vaste locatie, voor edities op maat, passend bij de wijze waarop wij de ruimte insteken. Wij zien Expand Rotterdam als een voorbeeld hoe we in de toekomst kunst kunnen gaan beleven en als een succesvolle formule om jongeren hiervoor geïnteresseerd krijgen. Het geeft ons bovendien de mogelijkheid een jongere doelgroep te bereiken binnen de hiphopcultuur. Het is een duidelijk voorbeeld hoe Metro Walhalla een aanvulling is op de bestaande locaties van Walhalla.

“Jongeren gaan niet zo snel naar kunst en exposities, maar als je het neerzet als concept en combineert met het nachtleven, wordt het interessant voor ze”

Brand Konings (Expand Rotterdam)

Archell Thompson - DNA Storytellers

De op Katendrecht woonachtige Archell Thompson is medeoprichter van Arch Management, een sociaal managementbureau voor (en met) jongeren in Nederland en op Curaçao. Ze bieden een platform voor talent en tegelijkertijd hebben ze oog voor hoe het met de jongeren thuis gaat, op school en op straat. Een van de projecten is DNA Storytellers, een project op het voormalige Unilever-terrein dat door VORM wordt herontwikkeld met projectnaam De Kaai. Hierin wordt gewerkt met mensen die iets traumatisch hebben meegemaakt, zoals discriminatie, verwaarlozing of mishandeling. Hierbij is er veel ruimte voor storytelling en nagesprek. Archell's tijdelijke pop-up-storytellingcafé start voor twee jaar op De Kaai. Archell ziet een vaste avond met Metro Walhalla als extra locatie helemaal voor zich. De afgesloten en intieme setting maakt de zaal uitermate geschikt voor de kwetsbare verhalen die hier verteld worden. Voor ons past deze samenwerking heel goed: bij Walhalla willen we graag de verhalen van Zuid en van de stad een plek geven. De in-

houd en de vorm van DNA Storytellers sluiten aan bij wat wij voor ogen hebben met de Metro.

Jeremiah Dunand - Music Matters

Music Matters geeft jonge Rotterdamers de tools om hun eigen weg te vinden in de muziekwereld. De organisatie vervult een brugfunctie tussen jongeren, de culturele sector, onderwijs en de muziekindustrie. Ze zetten gearriveerd talent in voor de ontwikkeling van nieuw talent en creëren zo een muzikaal ecosysteem. Jeremiah Dunand van Music Matters is muzikant, hij studeerde af aan Codarts. Hij heeft daarnaast ook veel verschillende functies bekleed bij diverse cultuurpodia, scholen, het speciaal onderwijs, jeugdzorginstellingen en culturele en maatschappelijke instellingen. Onder andere door deze ervaring weet Jeremiah als geen ander jongeren te bereiken en hun talenten te ontdekken. De insteek om de underground plek te geven spreekt Jeremiah erg aan. Het nodigt uit tot experimenteren met vormen en Music Matters zou graag zo'n podium hebben op Zuid. Naast het aanbieden van Metro Walhalla als zaal, zullen we op inhoudelijk vlak onderzoeken waar dit raakt aan onze praktijk met Werkplaats Walhalla.

Zo is de programmalijn Build Your Empire (BYE) interessant, een traject waarin je gedurende drie maanden wekelijks samenkomt met andere muzikanten om te groeien in je muzikale carrière. In deze periode word je begeleid en gecoacht door ervaren professionals uit de urban muziekindustrie via masterclasses, workshops en coachingsessies. BYE richt zich op zowel artistieke als professionele ontwikkeling, zodat talent aan het einde van de rit de kennis en handvatten heeft om de volgende stappen in de muzikale loopbaan te zetten.

Ook zien we met de Metro mogelijkheden voor het project S.H.E., een platform voor vrouwen en non-binaire personen in de muziekindustrie. S.H.E.-meetups zijn een safe space waar vrouwen en non-binaire personen in veiligheid hun verhalen kunnen delen, van elkaar leren en elkaar ondersteunen. Vrouwen en non-binaire personen zijn in deze industrie nog steeds erg ondervertegenwoordigd en vaak onveilig. Evita de Roode gaat in gesprek met drie professionals over hun ervaringen in de muziekindustrie. Hoe is het om je in de Nederlandse muziekwereld te profileren als je geen man bent? De Metro is bij uitstek een geschikte plek voor deze events met een omlijsting van livemuziek en performance.

Overige potentiële partners met wie we spreken zijn...

- theatermaker en programmeur Florian Borstlap, die van De Performance Bar een passend concept voor Metro Walhalla wil maken.
- Misiconi Company van Matthijs van Burg, een dansgezelschap dat een alternatieve realiteit toont waarbinnen ongelijkheid de grootste troef is en makers met een beperking opleidt volgens een eigen methodiek.
- Marciano Madretsma a.k.a. MC Sniggy / Kijk Je Kop, die theatersport voor een divers publiek organiseert.
- De Makers van Dide Vonk, een podcast over wat jonge theatermakers bezighoudt, waar ze tegenaan lopen en welke lessen anderen daarvan kunnen leren. Voor het publiek is het een geweldige inkijk achter de schermen.

- Cult Crêche van Angie Korst, een reizende hub en kunstenaarsopvang. Ze organiseren een kruisbestuiving tussen kunstexposities en muziek.
- De Boze Bitches Boekenclub van Thamar Kempees is een intersectionele boekenclub waar leren, lezen en activisme samenkomen. De publieksinteracties zijn een belangrijk onderdeel van het programma, omdat het de afstand tussen de auteur en het publiek verkleint.
- New Rotterdams Jazz Orchestra (NRJO) van Louk Boudesteijn is een 14-koppig jazzorkest van professionele jazzartiesten dat jonge muzikanten stukken laat spelen die door jonge componisten zijn geschreven.

Naast gesprekken met deelprogrammeurs zijn er ook gesprekken met andere theaters en instellingen om samenwerkingen of uitbreidingen van programma's te laten plaatsvinden in Metro Walhalla, zoals Rotown, LantarenVenster en Left of the Dial Festival.

De zaal

De kelder waarin Metro Walhalla zich bevindt heeft een totale oppervlakte van ruim 300m². De publieksruimte krijgt een capaciteit van 80 tot 150 zitplaatsen (afhankelijk van de soort zitopstelling) en 250 staanplaatsen. De zaal bevindt zich direct onder Kantine Walhalla en is via diverse traphuizen en een (invaliden)lift met zowel de theaterzaal als het foyercafé van de Kantine verbonden. De ruimte van de Metro is dynamisch en kan naar behoefte aangepast worden. Jong publiek zit niet graag op een tribune anderhalf uur naar een voorstelling te kijken. Daarom zijn er verschillende speelplekken en opstellingen mogelijk. Hoe het publiek zich verhoudt tot de voorstelling (op stoeltjes, staand, dansend) verschilt dus per avond. Naast de programmering heeft Rotterdam er bovendien een speelplek bij. De Metro is een aantrekkelijke locatie voor kleinschalige festivals, die ook mogelijkheden biedt voor grootschalige festivals, zeker doordat de Metro verbonden is met de Kantine en het Foyercafé.

Tot slot

Met de realisatie van Metro Walhalla ontstaat er op Katendrecht een cultureel ecosysteem, waar zowel onze bestaande doelgroepen als nieuwe, diverse doelgroepen een plek vinden en elkaar kunnen ontmoeten. In oktober 2024 gaat Metro Walhalla open en de komende jaren zal de zaal zich ontwikkelen tot vaste waarde in Rotterdam. De bouw en het concept van de zaal zijn door Theater Walhalla zelf ontwikkeld en gefinancierd. Metro Walhalla verduurzaamt de financieringsmix van Walhalla, mede omdat er een eigen opslagruimte ontstaat (waar nu nog opslagruimte gehuurd moet worden buiten Katendrecht) en omdat de nieuwe zaal verhuurbaar is. Voor de inrichtingskosten van € 100.000 start in 2024 een crowdfunding.

WERKPLAATS WALHALLA

In het kort

Werkplaats Walhalla is een Rotterdams productiehuis voor talentontwikkeling dat publiek en theatermakers aan zich bindt met authentiek, toegankelijk en persoonlijk muziektheater. Sinds maart 2018 krijgen jonge makers de kans een voorstelling te ontwikkelen naar eigen inzicht en in ar-

tistische vrijheid, ingebed in een veilige omgeving met veel kennis. De Werkplaats werd in 2018 opgericht vanwege de grote vraag vanuit makers naar ondersteuning op productieoneel, financieel of facilitair gebied. Het bleek een schot in de roos. Behalve een podium, is de Werkplaats Walhalla dus ook een ontwikkelplek voor nieuw talent. Werkplaats Walhalla, gevestigd in de Tolhuisstraat op Katendrecht, vlak om de hoek van het Deliplein nabij Theater & Kantine Walhalla, realiseert sindsdien jaarlijks verschillende (co)producties met jonge theatermakers. Hiernaast adviseren we makers en verbinden we hen met ons grote netwerk. Werkplaats Walhalla biedt repetitieruimte, dramaturgische, productionele, promotionele en zakelijke ondersteuning, alsmede een klein werkbudget. We werven makers zowel actief als passief: we komen met makers in contact via ons eigen netwerk, en eens per jaar kunnen makers zich inschrijven op de Werkplaats Walhalla-pitch, waarvan de winnende voorstelling in productie wordt genomen. Werkplaats Walhalla is een aparte stichting binnen de personele unie met Stichting Theater op Katendrecht. Op verzoek van de Gemeente Rotterdam wordt geen afzonderlijke Cultuurplanaanvraag ingediend voor de Werkplaats.

Artistiek profiel: dé ontwikkelplek voor muziektheater

Waar we de afgelopen jaren geen specifieke artistieke focus hadden, zal de Werkplaats zich de aankomende jaren richten op en specialiseren in verhalend muziektheater. We nemen hiermee een stevige positie in binnen onze stad en in het land. Rotterdam heeft bij uitstek sterke muziektheateropleidingen, met bijvoorbeeld Codarts en de Albeda Theaterschool. Ook heeft Rotterdam onderscheidende onafhankelijke makers, die niet per se jong zijn, maar wel nieuw in het theatervak. Deze twee groepen beginnende makers willen we een plek bieden, waarbij we kijken naar alles wat er nodig is om te professionaliseren. Bij Werkplaats Walhalla ontwikkelen makers zich niet alleen artistiek, maar ook op het gebied van cultureel ondernemerschap, marketing, verkoop, fondsenwerving en productie. We zorgen dat ze na de productie op eigen benen verder kunnen en koppelen ze aan passende impresariaten. Daarbij speelt bij Werkplaats Walhalla het publiek altijd een centrale rol. Wij geloven in communicerend theater waarbij kunstenaars verkennen welk verhaal ze aan het publiek vertellen en hoe zij dit het beste kunnen doen. In de beleidsperiode 2021-2024 zijn er bij Werkplaats Walhalla – ondanks Corona – 25 nieuwe voorstellingen gemaakt door o.a. De Gestampde Meisjes, Kompagnie Kistemaker, Eran Ben-Michaël, Flip Noorman, Dilan Yurdakul, Elfie Tromp, Jantien Fick en Khouloud Zaher. Daarbij is samengewerkt met impresariaten zoals Via Rudolphi en George Visser. Daarnaast waren er Nieuwe Makersregelingen van het FPK voor De Gestampde Meisjes, Elfie Tromp en Giovanni Brand. In seizoen 2024/2025 staan er Werkplaats-voorstellingen op stapel zoals Elfie Tromp met Op de Barricade van het Hart (in de NMR), STEL (winnaars van de Walhalla Pitch in 2022) met Life Actually, Giovanni Brand (in de NMR) met I Love Roma, Dook van Dijck en Tim Teunissen met de familievoorstelling Lady Charly en een co-kerstproductie met Club Gewalt. Al deze voorstellingen gaan ook spelen in de theaters en festivals in het land. In sommige gevallen begeleidde Walhalla deze processen heel intensief (bv. een Nieuwe Makersregeling), in andere gevallen waren we coproducent.

Profiel van onze makers

Werkplaats Walhalla wil er zijn voor elk verhaal dat gehoord moet worden, maar we stellen wel kaders. We hanteren vakmanschap, zeggingskracht en oorspronkelijkheid als criteria in onze keuze voor artiesten. We zijn op zoek naar makers die...

- in de eerste fase van hun professionele carrière zitten: van net-afgestudeerden tot makers die bezig zijn met de laatste stappen richting mid-career. Wat we bieden is afhankelijk van de fase waarin de betreffende maker op dat moment zit;
- begrijpen dat een verhaal niet alleen verteld moet worden, maar ook gehoord moet worden door het publiek, en daarom nadenken over wat ze publiek willen meegeven;
- authentiek zijn en al (enigszins) een eigen signatuur gevormd hebben;
- een ondernemende houding hebben, op zichzelf kunnen reflecteren en de motivatie hebben zich in de volle breedte te ontwikkelen.

Tot slot heeft Werkplaats Walhalla een Rotterdams profiel. Dit betekent in de praktijk dat we Rotterdamse makers of makers met een duidelijke binding met de stad extra interessant vinden.

Positionering

De voorstellingen die in de Werkplaats zijn ontwikkeld, spelen niet alleen bij ons in Rotterdam, maar gaan ook landelijk op tournee. Er kan dan ook met vertrouwen en trots gesteld worden dat wij in slechts een paar jaar een stevige positie hebben ingenomen in zowel het lokale als nationale werkveld van de vlakkevloertheaters en festivals. Op dit sterke fundament gaan we vanaf 2025 verder bouwen. Dat doen we door focus aan te brengen en ons scherper te richten op muziektheater. Hierdoor zijn we nog beter in staat om makers te faciliteren en te ondersteunen en zullen we ons sterker onderscheiden in Rotterdam en in Nederland.

Binnen Nederland is er een duidelijke opkomst te zien van het verhalend muziektheater, want veel jonge makers herontdekken genres als opera, operette en musical. Denk aan Rotterdamse jonge collectieven als De Amazones en Jip Warmerdam, die de musical in een moderne jas laten herleven, of Steef de Jong en Ina van Veen, die de operette weer tot leven brengen. Werkplaats Walhalla wil bijdragen aan deze ontwikkeling. Met De Nieuwkomers/Orkater is er in Nederland eigenlijk maar één duidelijke plek waar muziektheater-talent ruimte krijgt om onder begeleiding een voorstelling te ontwikkelen. Waar Orkater een theatergezelschap is met daarnaast een talentontwikkelingstraject, is de talentontwikkeling juist de kernactiviteit van Werkplaats Walhalla. Onze output is daardoor aanmerkelijk hoger. Vooral door de focus op muziektheater en de rol die we spelen in het ontwikkelen van het cultureel ondernemerschap, onderscheiden we ons van andere Rotterdamse productieplekken zoals Productiehuis Theater Rotterdam en Lab-Z van Theater Zuidplein.

Organisatie

In 2023 namen we afscheid van zowel de artistiek als zakelijk leider van Werkplaats Walhalla. Dit gaf ons de gelegenheid

om de structuur van de organisatie te herzien. Gezamenlijk heeft het nieuwe team een scherp zicht op het nieuwemakerscircuit, dankzij hun connecties met kunstvakopleidingen, theaterfestivals en talentontwikkelingsplekken zoals Time Window. Zij dragen bij aan het toegankelijke karakter van Werkplaats Walhalla en vormen een professioneel aanspreekpunt voor nieuwe makers.

Partners

Werkplaats Walhalla werkt samen met O. Festival en Club Gewalt. Bij het O. Festival staat de ‘verhalende zangstem’ centraal, Club Gewalt is een vernieuwend Rotterdams muziektheatercollectief dat de laatste jaren zowel nationaal als internationaal naam gemaakt heeft. We hebben alle drie een eigen expertise die complementair is. O. Festival biedt een geweldig podium en heeft een internationaal netwerk, Club Gewalt weet uit eigen ervaring waar jonge makers tegenaan lopen en heeft veel verstand van compositie, dramaturgie en zangtechniek. Walhalla biedt ondersteuning op het zakelijke en productionele vlak en biedt met de eigen zalen ruimte om vliegreuen te maken en door te groeien naar de grotere podia en het grotere publiek. In de komende beleidsperiode bundelen Walhalla, O. Festival en Club Gewalt de krachten om muziektheater sterker op de kaart te zetten in Rotterdam en richten we ons gezamenlijk op talentontwikkeling. Ook zullen we bijdragen aan een oplossing voor het enorme gebrek aan zakelijk leiders in de cultuursector, door elk een leer-werkplek beschikbaar te stellen voor een jonge zakelijk leider en deze te begeleiden. Zo kunnen we jonge zakelijk leiders ook makkelijk koppelen aan de nieuwe makers.

Walhalla heeft afspraken met vlakkevloertheaters in het hele land om talent uit Rotterdam ook elders publiek aan zich te laten binden. Walhalla programmeert in ruil daarvoor voorstellingen van hun eigen producties. Bellevue in Amsterdam, Theater Kikker Utrecht, Mimik in Deventer, Verkadefabriek Den Bosch en Spot in Groningen zorgen zo voor een leuke tour.

Werving

Werkplaats Walhalla komt in contact met makers via ons netwerk en via de Pitch. Hiermee heeft Werkplaats Walhalla echter wel een gatekeepersfunctie en dat brengt verantwoordelijkheid met zich mee. We beseffen dat we moeten werken aan een netwerk dat recht doet aan de grote diversiteit aan makers en aan verhalen die te vertellen zijn. De scoutingsfunctie zal bij Werkplaats Walhalla om deze reden meer prioriteit krijgen. In grote lijnen doen we dat als volgt:

1. Vanaf 2025 organiseren we een eind juni een tweedaags festival voor afstudeervoorstellingen in het muziektheater. Op deze manier...
 - creëren we plek voor deze afstudeerders,
 - kunnen zij verbinding maken met het Nederlands theaterveld, en
 - creëren we voor publiek een goed beeld van de nieuwe generatie muziektheatermakers.
2. We gaan zelf nog meer op pad om te zoeken naar muziektheatertalent en verhalen die verteld moeten worden. Daarin zal met name de artistieke kern van Werkplaats

Walhalla een rol in spelen, die veelvuldig aanwezig zal zijn op festivals, makersdagen en voorstellingen.

3. We raadplegen partnerorganisaties en sleutelfiguren die makers en community's kennen die niet als vanzelfsprekend op onze radar verschijnen. O. Festival en Club Gewalt spelen hierin een belangrijke rol, maar we zullen ook Talent010 (netwerk voor talentontwikkeling in Rotterdam) nieuw leven inblazen.
4. Ook Metro Walhalla zal voor de scouting van talent van grote waarde zijn. Met dit podium richten we ons immers op de underground, op getalenteerde makers buiten de gebaande paden. Daarmee halen we makers en organisaties in huis die anders buiten beeld blijven, ook voor Werkplaats Walhalla.

Activiteiten

Expeditie Walhalla: ruimte voor onderzoek en experiment

Nieuw in onze plannen is Expeditie Walhalla, een nieuwe plek voor experiment. Elk half jaar nemen we een maker in huis die een vast budget krijgt om binnen het genre muziektheater met een specifieke onderzoeksvraag aan de slag te gaan. Zo bouwen we bij Werkplaats Walhalla aan de innovatie van het genre en geven we bovenal makers de ruimte om zichzelf te ontwikkelen, zonder dat er naar een presentatiemoment toegewerkt moet worden. Hoewel we geen presentatiemoment verwachten, verwachten we wel een resultaat. We willen namelijk dat de resultaten digitaal vastgelegd kunnen worden, in welke vorm dan ook. De opgedane kennis slaan we op in een digitale kennisbank, waar anderen op door kunnen bouwen of inspiratie in kunnen opdoen. Zo bieden we bij Werkplaats Walhalla de ruimte aan het muziektheatergenre om zichzelf te onderzoeken en te innoveren.

De Walhalla Pitch

Jaarlijks organiseren we de Walhalla Pitch voor nieuwe makers. Via een open call vragen we makers om een concept in te dienen en uit 50 tot 70 inzendingen selecteren we zes makers die voor de voorstelling op theaterlijke wijze mogen komen pitchen. Hierdoor komen we erachter welke spelers zich in het veld bevinden en welke onderwerpen er spelen bij jonge makers. Het ene jaar is dat de klimaatcrisis, het andere jaar is femicide top-of-mind. Naast € 250 financiële ondersteuning bieden wij de pitchers een dag repetitieruimte aan en krijgen ze acht uur dramaturgische begeleiding die ze vrij en naar eigen inzicht kunnen inzetten. Tijdens de pitchavond is er een jury van programmeurs uit het hele land aanwezig die een jurywinnaar aanwijzen. De voorstelling van deze jurywinnaar zal samen met Werkplaats Walhalla geproduceerd worden en gaat touren door het land (o.a. bij die programmeurs uit de jury). De publieksprijswinnaar krijgt repetitieruimte en een speelplek in Werkplaats Walhalla aangeboden. Alle voorstellingen die toch doorgang hebben, ook zonder onze ondersteuning, kunnen rekenen op een speelbeurt in de Werkplaats.

Nieuwe Makersregelingen

Door het aanvragen in de Nieuwe Makersregeling (NMR) van het Fonds Podiumkunsten kunnen we veelbelovende

makers extra ontwikkelingsmogelijkheden bieden. De afgelopen jaren hebben we verschillende succesvolle NMR-aanvragen ingediend, zoals met De Gestampte Meisjes (reeds afgerond), Elfie Tromp (wordt in 2024 afgerond) en Giovanni Brand (wordt in 2025 afgerond). In het najaar van 2024 zijn we van plan samen met De Amazones een NMR-aanvraag in te dienen, waarbij zowel O. Festival als Club Gewalt als partner betrokken zijn. De aankomende jaren blijven we kijken naar makers die goed bij deze regeling passen, zodat zij duidelijke stappen kunnen zetten in hun ontwikkeling en professionalisering.

Afstuderen en dan...

De aankomende jaren leggen we meer focus op net-afgestudeerde nieuwe makers. Zo zijn we partner van afstudeerfestival ENTER, door ze jaarlijks financieel te ondersteunen. Ook zijn we hoofdpartner in het naar Rotterdam halen van dit festival in 2026. Eenzelfde soort partnerschap hebben we met het Café Theater Festival (CTF), waarmee we met het CTF Rotterdam nieuwe en net-afgestudeerde makers ontwikkelen en speelplekken bieden. Door het jaar heen programmeren we ook afstudeervoorstellingen in de Kleine Walhalla, vaak in een double bill.

Kerstvoorstelling

Walhalla's eigen kerstproductie heeft sinds 2010 een goede reputatie opgebouwd onder het Rotterdamse publiek. De voorstellingen hebben altijd een boodschap, die op lichtvoetige wijze wordt gebracht. De voorstelling staat vanaf 6 december de hele maand in Kantine Walhalla geprogrammeerd en is stevast uitverkocht. De voorstelling wordt mede gefinancierd door een sponsoravond. De kracht van de avond zit in de totaalbeleving. De entree, het diner vooraf... Alles staat in het teken van de voorstelling. Na afloop is het dansen in het Foyer Café. In 2023 maakte theatergroep 155 de dansvoorstelling Johnny, die zeer succesvol was: compleet uitverkocht, met lovende recensies. Hiermee gaan ze in 2025 toeren door Nederland. In 2024 maakt Club Gewalt een kerstvoorstelling over solidariteit onder regie van Roma Vrede. In de jaren daarna willen we meer met specifieke community's samenwerken en hun verhalen koppelen aan jonge makers die we vragen de Kerstvoorstelling te maken.

Podcast: muziek en theater voor de toekomst

Walhalla start een samenwerking met het Dutch Research Institute for Transition (DRIFT), een aan de Erasmus-universiteit gelieerd onderzoeksinstituut op het gebied van duurzaamheid en transitie. Samen zullen we in een podcastreeks onderzoeken waarom kunst essentieel is voor transitie. Want om tot een gezamenlijke, nieuwe toekomst te komen zijn empathie en verbeeldingskracht nodig. Samen met DRIFT ontwikkelen we live podcastopnames, waarbij we op de voor Walhalla kenmerkende laagdrempelige en communicerende wijze op zoek gaan naar antwoorden. Dit gaat vanzelfsprekend gepaard met theaterlijke en/of muzikale omlijsting en met veel publieksinteractie. Het doel is om een eerste seizoen van zes afleveringen op te nemen in 2025.

Ontwikkelen PR van Werkplaats Walhalla

De aankomende jaren is er meer aandacht voor de marketing van Werkplaats Walhalla. We hebben in relatief korte tijd een

goede reputatie opgebouwd met de voorstellingen die hier gemaakt zijn, maar de (online) communicatie blijft hier nog op achter. De aankomende jaren zullen we werken aan een nieuwe huisstijl en een nieuwe website, waarop we geïnteresseerden beter kunnen informeren. Culturele instellingen zijn geneigd de nadruk te leggen op wat ze doen. Het waarom is echter vaak interessanter. Zo vinden nieuwe makers makkelijk wat Werkplaats Walhalla te bieden heeft, welke makers wij zoeken en hoe ze in contact kunnen komen. We beseffen dat deze website niet alleen een online-visitekaart is van Werkplaats Walhalla, maar ook voor de makers met wie we werken. Verder zullen er vlogs gemaakt worden waarin we makers die we in huis hebben interviewen en laten vertellen over zichzelf, het maakproces en de voorstelling. We investeren in faciliteiten om zelf kwalitatief goede beeldregistraties te maken, bijvoorbeeld voor de promotie via socials.

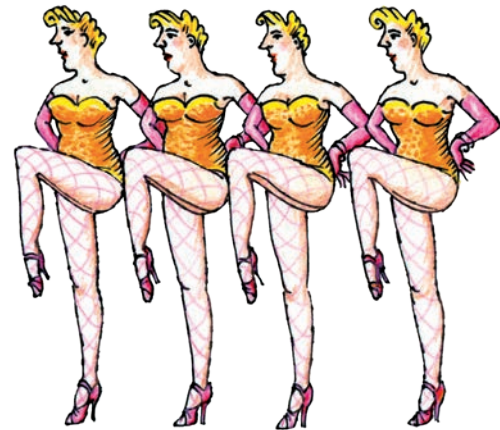
EDUCATIE EN KINDERAANBOD

We werken structureel samen met de basisscholen op Katendrecht (De Schalm en De Globetrotter) om deze leerlingen kennis te laten maken met cultuur. Ook werken we samen met Stichting Samen Ondernemend Leren, die kinderen en hun ouders wijzen op cultureel aanbod en ze begeleiden naar het theater. Zo hebben we het gratis toegankelijke Tussen Kunst & Kids ontwikkeld, een kindertalkshow over cultuur, waar bovenbouwers uit Zuid hun kunsten vertonen en met kunstenaars workshops kunnen doen. We hebben veel contact met scholen over onze WOII-voorstellingen. Ook hosten we de eindmusicals van scholen op Katendrecht. Tot slot gaan we een kindercafé op de woensdagochtend organiseren in FC Walhalla, waar jonge ouders uit de wijk met hun kinderen even neer kunnen strijken en elkaar kunnen ontmoeten tijdens een (poppen)voorstelling of een voorleessessie.

Theater Walhalla is initiatiefnemer en voorzitter van het Informele Overleg Kunst & Cultuur Katendrecht dat vier keer per jaar bij elkaar komt. Een collectief van iedereen die op Katendrecht bezig is met kunst en cultuur voor met name kinderen. Dat zijn scholen, culturele instellingen en maatschappelijke organisaties, maar ook de Wijkraad en diverse andere organisaties en verenigingen schuiven steeds aan. Een aantal jaren geleden is er toenadering gezocht tot de instellingen op de Wilhelminapier, zoals Music Matters, Fotomuseum, Luxor en LantarenVenster. Onder redactie van Walhalla wordt sinds 2022 de KinderKunstKalender Katendrecht voor op de Koelkast weer uitgegeven, met daarop de kinderprogrammering van deze instellingen en de roosters van de kunst- en cultuurlessen van o.a. Platform Katendrecht, Circus Rotjeknor en de SKVR. De kalender wordt verspreid op en rondom Katendrecht, zodat ouders en kinderen in één oogopslag kunnen zien wat voor culturele evenementen er het aankomende kwartaal te doen zijn.

AMBITIE: GRAND THEATER WALHALLA

Walhalla ziet een groot gemis in Rotterdam: een kleine middenzaal met ca. 400 stoelen. Deze ambitie is in 2022 onderzocht door Stichting Droom & Daad, onder leiding van Langeveld Consultancy en Prein Advies, met de vraag: ontbeert Rotterdam een middenzaal? En zo ja: wie zou



daar de ideale partij voor zijn om deze te ontwikkelen? De uitkomst van dit onderzoek is: ja, in Rotterdam ontbreekt een kleine middenzaal, het is de missing link van klein naar groot. Theater Walhalla zou een goede partij zijn om dit te doen, omdat Walhalla ondernemend is en nu al de contacten heeft met makers, programma en publiek. Centraal in het onderzoek stond ook de vraag of Walhalla zichzelf hiermee niet kannibaliseert. Er is geen reden om aan te nemen dat dit het geval is. Walhalla kan met de middenzaal een verdiepingsslag maken naar een nieuwe artistieke signatuur, door het tonen van grootstedelijk en landelijk aanbod dat afkomstig is van meerjarig gesubsidieerde gezelschappen en van andere makers die nu niet in Rotterdam kunnen spelen, maar wel bij het merk Walhalla willen aanschuiven. Het wordt een zaal met een grotendeels eigen programmering die niet alleen extra theatergroepen, makers en publiek zal trekken, maar er ook voor zorgt dat artiesten binnen Walhalla een perfecte groei kunnen maken van klein naar middelgroot. Elke zaalcapaciteit is voorhanden om makers binnen de organisatie van Walhalla op een natuurlijke wijze te laten doorgroeien. Daarbij komt het nu al voor dat Walhalla bij sommige uitverkochte voorstellingen lange wachtlijsten heeft. Dit aanbod kan duidelijk een grotere zaal aan, die er simpelweg niet is. We borgen hiermee het behoud van een groot deel van de programmering.

Walhalla ziet een middenzaal als een noodzakelijke uitbreiding van het cultuuraanbod in Rotterdam. Onze wachtlijsten met publiek zijn vaak langer dan het aantal stoelen in de zaal. Een middenzaal met grotere capaciteit is financieel aantrekkelijk en stelt Rotterdam in staat om ook artiesten die nu tussen wal en schip vallen een podium te bieden. Een middenzaal is het ideale doorgroeipodium.

Op verzoek van Wethouder Chantal Zeegers heeft Walhalla in zomer 2023 een voorstel geschreven voor de herontwikkeling van de Provimi-fabriek, gelegen op Katendrecht. Dit concept, onder de titel Provimi C (Proteïne, Vitamine, Mineralen Cultuur), is gebaseerd op de vestiging van een middenzaal in deze fabriek, in samenspel met andere culturele initiatieven. Dit plan heeft ertoe geleid dat de gemeente overweegt de Provimi-fabriek een tijdelijke culturele status te geven waarin Grand Theater Walhalla de kwartiermaker kan worden. In de nieuwe cultuurplanperiode hopen we met alle betrokken cultuurpartners en de Gemeente Rotterdam Provimi C te realiseren en de Rotterdamse middenzaal een realiteit te maken.

BELEIDSSPEERPUNTEN

INNOVATIE

Theater Walhalla is een springplankpodium en vervult een onmisbare functie in de Rotterdamse zalenketen. We continueren het programmaprofiel en publieksbereik en breiden dat uit door middel van Werkplaats Walhalla, Metro Walhalla en in de toekomst Grand Theater Walhalla. Maar we zetten ons ook in voor kanscreatie, niet alleen op het gebied van publieksbereik, maar ook voor de ontwikkelingskansen van jong talent op én naast het podium. Zeker na de pandemie, waarin veel (ondersteunende) professionals de cultuursector hebben verlaten, is het kansen bieden aan nieuw artistiek, technisch en zakelijk talent een belangrijke functie die instellingen naar onze mening vaker mogen benadrukken.

DUURZAAMHEID

Duurzaamheid is een belangrijk speerpunt in de exploitatie van Walhalla. In 2023 zijn de zalen aan de Sumatraweg en Veerlaan overgegaan op LED-licht, mogelijk gemaakt door diverse fondsenbijdragen. Hiermee gaat ons energieverbruik omlaag, met een positief effect op onze fossiele voetafdruk én onze financiën. Daarnaast komen er in 2025 zonnepanelen op het grote dak van Kantine Walhalla, dat gunstig naast het water ligt, waardoor het meer energie gaat opleveren dan Walhalla zelf nodig heeft. Theater Walhalla is initiatiefnemer van Afvalcollectief Katendrecht. Afval van ondernemers wordt gescheiden ingezameld en naar een verwerker vervoerd. Het restafvalpercentage wordt laag gehouden en daarmee worden er grondstoffen gered van de verbrandingsoven. Extra plus: Oscar Circulair maakt gebruik van medewerkers die een afstand tot de arbeidsmarkt hadden. Deze samenwerking zorgt er voor dat grote rolcontainers en vervuilde vrachtwagens niet meer in de wijk zijn, maar dat afval dagelijks bij de Katendrechtse ondernemers wordt opgehaald met een emissievrij voertuig. Alle maaltijden die Walhalla verkoopt zijn volledig vegetarisch.

TOEKOMSTBESTENDIGHEID

Hoe zorg je ervoor dat een theater dat met succes is opgezet en na vijftien jaar niet meer weg te denken is in Rotterdam, behouden blijft voor de toekomst? Dat is de vraag die de oprichters van Walhalla zich de laatste tijd vaak stelden. In de pioniersfase investeerden ze tijd en werd met de financiële hulp van Rotterdamse ondernemingen, coöperaties en ontwikkelaars het theater opgezet. Walhalla groeide hierna in opzet en organisatie en maakte een sterke professionaliseringsfase door. Nu breekt de periode van samenwerking en continuering aan, waarbij Walhalla een vaste plek in de culturele infrastructuur en een status als volwaardig gesubsidieerd presenterend en producerend theater zoekt. Om het theater te borgen voor de toekomst heeft de organisatie een financiële taak en een inhoudelijke taak. In zakelijk opzicht zijn er sterke (subsidie)partners nodig. Walhalla moet er de komende jaren voor zorgen dat de organisatie minder afhankelijk wordt van de oprichters en van sponsors (zie

ook hoofdstuk Bedrijfsvoering). De zaak moet financieel en organisatorisch met een gerust gevoel kunnen worden achtergelaten, met een degelijk salarishuis en de gemeente als solide investeringspartner. De komende beleidsperiode is het moment om dit te verankeren, zodat er over 3,5 jaar goede opvolgers kunnen worden aangesteld. De directie van Walhalla voelt zich gesterkt door wethouder Saïd Kasmi, die in juni 2023 bij het slaan van de eerste paal voor Metro Walhalla aangaf dat kunst en cultuur onmiskenbaar een rol van betekenis spelen in de groei en ontwikkeling van Rotterdam: als aanjager van ontwikkelingen, het vormgeven van identiteit en het vergroten van de aantrekkelijkheid van een gebied. Theater Walhalla wordt gezien als een belangrijke partner in de groei van de stad, maar ook in het behoud van het immateriële culturele erfgoed van de stad. De RRKC onderkende die rol van Walhalla al eens, naar aanleiding van de Ode aan Jaap Valkhoff (de Rotterdamse componist, zanger en accordeonist), de Oasebar (een voorstelling over het legendarische artiestencafé aan de Schildersstraat), Feyenoord de Opera, Puin & Hoop (over het bombardement van Rotterdam en De Razzia van '44 bezongen. (over de 2e grootste gebeurtenis van Rotterdam na het bombardement, waarbij op 10 november '44 50.00 mannen werden weggevoerd uit de stad om tewerkgesteld te worden in Duitsland). Walhalla gaat hiermee door, met o.a. de Ode aan Gerard Cox die op 6 maart 2025 85 jaar wordt en gezien mag worden als een van de belangrijkste naoorlogse artiesten van Rotterdam.



Inhoudelijk is het borgen van de Walhalla-cultuur een dagelijkse taak, doordat er bij elke programmering, elke productie en elk project aandacht is voor de herkomst en de kernwaarden van de Walhallacultuur (betrokken, uitgesproken, verrassend en persoonlijk). Dat gebeurt in de praktijk bij het wekelijkse stafoverleg, waarbij iedereen binnen de organisatie aanschuift. Ook organiseren we heidagen, workshops en diverse informele bijeenkomsten met medewerkers, vrijwilligers en bestuur. De opvolgers van de huidige directie zullen niet alleen getraind worden in de waarden en cultuur van Walhalla, maar ook de informele leiders zullen in de dagelijkse praktijk deze waarden uitdragen. Uiteraard is het daarbij van belang dat alle processen en tradities die bijdragen aan de Walhalla-cultuur vastliggen met tekst en uitleg erbij. Denk aan de werkwijze rond interne evenementen, maar ook de (persoonlijke) publieksbenadering, de opvallende communicatiestijl en de niet-hiërarchische besluitvormingsprocessen. Het overdragen van de Walhalla-cultuur aan de volgende generatie is een open en transparant proces. Door deze allesomvattende aanpak te volgen – waarbij de betrokkenheid van medewerkers, vrijwilligers, sponsors en het behoud van kernwaarden centraal staan – kunnen we de cultuur van Theater Walhalla handhaven, zelfs na het vertrek van de oprichters/directie.

INTERCONNECTIVITEIT

De interconnectiviteit van Walhalla heeft een positief effect op zijn omgeving. Walhalla is vaak zelf de partij die het initiatief nam tot de opzet van nieuwe samenwerkingsverbanden. Dat blijven we doen.

Portiershuisje

In de vorige Cultuurplanaanvraag beschreven we al het idee van ticket- en infoshop in het naast Kantine Walhalla gelegen Portiershuisje tussen de loodsen Fenix 1 en 2. Ticket- & Info-shop zUIT is een initiatief van Theater Walhalla, in samenwerking met de culturele instellingen op Zuid. Doel is om meer publiek enthousiast te maken en te informeren over de culturele instellingen op Rotterdam-Zuid. Het Portiershuisje aan de voet van de Rijnhavenbrug fungeert als de poort naar Zuid en zal voorbijgangers inspireren om langer op Zuid te verblijven. Het wordt een gezellige culturele Winkel van Sinkel met een aantrekkelijke uitstraling, waar informatie, rondleidingen, theater- en museumkaarten te halen zijn, maar ook een goede bak koffie, theaterboeken en cadeaus.

Het Portiershuisje is op verzoek van Walhalla aangekocht door Stichting Volkskracht Historische Monumenten. (Tevens de huisbaas van Kantine Walhalla) Omdat we de renovatie en opening willen afstemmen met de opening van het migratiemuseum van Stichting Droom & Daad in de Fenix 2, biedt het huisje tijdelijk onderdak aan de portier van aannemer Dura Vermeer. In het voorjaar van 2024 zal het huisje gerenoveerd gaan worden. Hiervoor zijn financiële bijdragen beschikbaar gesteld door Stichting Volkskracht Historische Monumenten, Stichting Ondernemersbelangen Zuid en Stichting Stadsherstel.

Netwerken

Katendrecht

Theater Walhalla is en blijft aanjager voor de groei en bloei van Katendrecht. Dat krijgt o.a. vorm met de oprichting van de BedrijvenInvesteringsZone Hart van Katendrecht, de Ondernemersvereniging Katendrecht en de werkgroep Kunst & Cultuur Katendrecht & Wilhelminapier. Ook trekken we samen op met onze burens op Katendrecht, zoals Codarts, Circus Rotjeknor, Rotterdam Circusstad en nu al met Fenix. Theater Walhalla is tevens initiatiefnemer van de Stichting Deliplein. De plint van het Deliplein, waar de Kleine Walhalla zit, was door de Gemeente Rotterdam verworven en duurzaam gerenoveerd, waarna deze binnen het profiel creatief/culinair/cultureel (3C's) verhuurd werd aan ondernemers. De gemeente wilde het vastgoed, dat niet tot de kernportefeuille behoort, afstoten. Onder leiding van Walhalla is de Stichting Deliplein opgericht, zodat de ondernemers zelf de succesvol gebleken 3C-formule kunnen bewaken. De directie van Walhalla zit in het bestuur. Als culturele partij op Katendrecht zien we dit als onze verantwoordelijkheid en taakstelling. Zonder regie op wie het vastgoed gebruikt, komt de leefbaarheid en de identiteit van levendige stadsgebieden onder druk te staan van horeca- en winkelplinten. Grote bedrijven domineren in vele binnensteden het stadsgezicht. Dat zorgt voor een afstand tussen bewoners en hun onmiddellijke omgeving. Het is de taak van de culturele sector om nadrukkelijk de verbinding tussen de gebruikers van een gebied

te blijven leggen. Juist die insteek is een belangrijke factor geweest in de groei en het succes van Katendrecht.

Rotterdam

Stadsbreed zet Walhalla zich in voor Talent-010. Dit platform voor Rotterdamse instellingen die zich bezighouden met talentontwikkeling was al eerder door Walhalla geïnitieerd, maar is tijdens de coronacrisis op de achtergrond geraakt. We hechten veel waarde aan dit netwerk en gaan het nieuw leven inblazen. Walhalla staat in nauw contact met de programmeurs van andere podia in Rotterdam, zoals Theater Zuidplein, Theater Rotterdam en Luxor Theater, om het aanbod op elkaar af te stemmen en ieders uniciteit te waarborgen.

Walhalla gaat in de komende jaren een Rotterdamse variant van de Goededoelengids uitgeven. Hiermee kan Rotterdam beter invulling geven aan lokale filantropie. In de afgelopen twintig jaar is de manier waarop in Nederland goededoelenorganisaties gesteund worden veranderd: de inkomsten uit nalatenschappen zijn sinds 2005 met 60% gestegen. Tussen 2020 en 2060 zal er naar verwachting zo'n 86 miljard euro via nalatenschappen terecht komen in de non-profitsector. Met deze gids krijgen donateurs, erfstaten, bedrijven en serviceclubs goed zicht op de goede doelen in de eigen omgeving. Met de juiste marketing eromheen kan het 'lokaal geven' in de stad nog extra gestimuleerd worden. In Rotterdam is er ook een Stichting Toegift, die onder de naam 'Ikwashier010' een website beheert gericht op het stimuleren van en informeren over en het nalaten aan Rotterdamse culturele instellingen. De reden dat de directie tijd en energie investeert in opzet en exploitatie van deze gids, is dat er met deze gids uiteindelijk (meer) geld in Rotterdam beschikbaar blijft voor lokale goede doelen. Wij vinden het belangrijk dat Rotterdammers middels hun filantropie andere Rotterdammers ondersteunen. Deze inspanning levert Walhalla wellicht niet direct zelf gewin op, maar het gaat hierbij om het algemeen belang van de stad Rotterdam.

Nederland

Landelijk zijn we aangesloten bij OPROER, een netwerk van verschillende productiehuisen door heel Nederland, met als doel kennisdeling en het uitwisselen van speelplekken voor nieuwe makers. In dit netwerk zoekt Walhalla aansluiting bij theaters Karavaan (Alkmaar), VIA ZUID (Limburg), Theater de Generator (Leiden), Likeminds (Amsterdam) en Podium Bloos (Breda). Daarnaast zijn er warme contacten met zalen zoals Bellevue (Amsterdam), Zaal 3 (Den Haag), Kikker (Utrecht), Mimik (Deventer), Grand Theater Groningen, de Nieuwe Vorst Tilburg en de Verkadefabriek (Den Bosch).

Internationaal

Walhalla sluit zich verder aan bij Stichting Raamwerk, een netwerk van programmeurs met de intentie om internationale makers/voorstellingen naar Nederland te halen. Dit werd voorheen ingevuld door de grotere theaters en schouwburgen, maar tegenwoordig zijn ook kleinere podia hierbij aangesloten. Op deze manier draagt Walhalla bij aan het internationale cultuurprofiel van de stad Rotterdam en wordt Katendrecht een aantrekkelijker bestemming voor toeristen.

INCLUSIVITEIT

Katendrecht is van een arm havenkwartier en een hoerenbuurt die ten prooi viel aan de georganiseerde misdaad in vijftien jaar tijd veranderd in een deels zeer welvarende wijk, die de druk voelt van gentrificatie. In het opgevaardeerde Katendrecht gaat het Walhalla de komende jaren om het omarmen van alle soorten diversiteit en die is beslist niet verengd tot alleen kleur of seksuele voorkeur. Walhalla bereikt met het brede programma al vele lagen en leeftijden van het (Rotterdamse) publiek. Door relatief lage toegangsprijzen blijven we financieel goed bereikbaar voor alle soorten geïnteresseerde theaterbezoekers. Thematisch is er daarnaast een extra focus binnen het programma op actuele onderwerpen zoals de toeslagenaffaire, complottheorieën, Gen Z-proble-

matiek, gendergerelateerd geweld, feminisme, LHBTIQ-thema's, afkomst en racisme. Een aantal voorstellingen maakten we ook toegankelijk voor slechthorenden, door het inzetten van gebarentolken en schrijftolken. Walhalla heeft de afgelopen jaren geïnvesteerd in het toegankelijk maken van het theater voor mensen met beperking (lift, rolstoeltoegankelijke toiletten, rolstoelplaatsen). Diversiteit en inclusie gaan immers ook over (on)toegankelijkheid. In 2025-2028 zullen er net als in voorgaande jaren structureel voorstellingen te zien zijn met gebarentolken en schrijftolken. Met Stichting Vier het Leven, de Leef Je Uit Foundation en organisatie CLUP maken we regelmatig een zorgeloos dagje uit voor eenzame ouderen mogelijk. Ook is er voldoende aanbod waarin taalbeheersing geen vereiste is.



Theater Walhalla en Werkplaats Walhalla kennen een eclecticische programmering voor een breed publiek. Dat zien we terug in de uitkomsten van het publieksbereik van 2022. Niet geheel onverwacht waren de Culturele Alleseters (20,1%), Klassieke Cultuurliefhebbers (16,4%) en Weelderige Cultuurminnaars (13%) het meest vertegenwoordigd in Theater Walhalla. Opmerkelijk zijn de enigszins gelijk verdeelde groepen die Theater Walhalla al jaren weet te bereiken: Startende Cultuurspeurders (9,1%), Proevende Buitenwijkers (8,7%), Kindrijke Cultuurvreter (8,2%) en Sociale Cultuurhoppers (7,1%) weten de weg naar het theater op Katendrecht al te vinden. Dit zijn de zogenaamde 'light users' zoals de gemeente Rotterdam ze noemt in hun uitgangspuntennota voor cultuur 2025-2028. De groepen waar we ons sectorbreed op focussen – Flanerende Plezierzoekers (6,3%), Lokale Vrijtijdsgenieters (5,3%), Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (3%) en de al genoemde Sociale Cultuurhoppers (7,1%) – komen ook over de vloer bij Walhalla. Een deel van de gewenste publieksverbreding gaan we realiseren door inclusiever te worden voor mensen met beperkingen. Daarnaast liggen er kansen in de nieuwe locatie Metro Walhalla. Essentieel hiervoor is dat we gaan samenwerken met gastprogrammeurs en sleutelfiguren uit de urban culture-scene (zie Metro Walhalla).

Met de zalen en programmering heeft Walhalla een breed publieksbereik, vooral in de doelgroep 'light users'. Vanaf het begin is het Walhalla gelukt er ook altijd te zijn voor Rotterdammers die praktisch zijn opgeleid. Feyenoord de Opera, Gelül, Ken je dat Niet Horen, Volmondig en Café de Kapeenes zijn hiervan voorbeelden. Als we kijken naar het Culturele Doelgroepenmodel van Rotterdam Festivals dan valt op:

- Walhalla trekt publiek uit alle doelgroepen van het model;
- Bijna 2/3 van de bezoekers van Walhalla komt uit Rotterdam en omstreken; ruim 1/3 van daarbuiten. De afgelopen jaren zagen we een groei van het aandeel Rotterdammers (van 40% naar 47%);

- Walhalla bereikt het gehele inkomensspectrum en daarbij valt het op dat er geen enkel genre is waar een bepaalde inkomensgroep niet is vertegenwoordigd, hoewel de verhoudingen per genre wel verschillen.

De groepen waar we graag groei zien zijn:

- de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (<30 jaar). Deze groep jonge mensen bezoekt überhaupt minder theater. De groep heeft een voorkeur voor muziek of film, of heeft geen geld voor theater. Deze groep moet met programmering op maat worden verleid. Deze groep gaan we bereiken in Metro Walhalla.
- de Startende Cultuurspeurders (<45 jaar) uit de regio en daarbuiten. Houden onder andere van stand-up comedy en spoken word. We bereiken de Rotterdammers uit deze doelgroep al wel enigszins in de Werkplaats, bij Volmondig en bij Giggle, maar met Metro Walhalla zetten we daar nog meer op in.

We zien dat ons publiek nog geen echte weergave is van alle Rotterdammers. Met name de jongeren van Rotterdam-Zuid zien we te weinig. Daar willen we in onze faciliteiten en programmering verandering in brengen, zie het hoofdstuk over Metro Walhalla. We hebben daarnaast de ambitie om in de komende cultuurplanperiode jonge makers uit te dagen om samen met community's een kerstvoorstelling te gaan maken. Ook worden grassroot-partners met een eigen netwerk in de programmering betrokken.

We zijn en blijven financieel laagdrempelig voor ons publiek. We kiezen ervoor om onze toegangsprijzen laag te houden. De gemiddelde kaartprijs lag afgelopen jaren rond de € 17. In plaats van een specifiek studenten- en scholientarief hebben wij een brede jongerenkorting (ticket van € 10) voor iedereen t/m 25 jaar. Walhalla is partner van We Are Public en Podiumpas, waarmee jongeren met korting naar ons aanbod kunnen komen. Ook zijn we partner van Ticketbank i.s.m. de Voedselbank.

BEDRIJFSVOERING & TEAM

Pionieren zit in ons bloed, maar intussen is Walhalla een volwassen culturele instelling met een landelijke podiumfunctie, een kernfunctie in de Rotterdamse podiumketen en een productiehuis voor de landelijke markt. Daar komt in 2025 een clubzaal bij. Walhalla doorloopt de levenscyclus van de culturele instelling (Noordman, 2006) als volgens het boekje: na grofweg zeven jaar pionieren (2008-2015) en acht jaar investeren (2016-2023, iets langer door Corona) breekt nu de continuïteitsfase aan. Daarin moeten meerdere aspecten van de bedrijfsvoering worden bestendigd: de afhankelijkheid van sponsors moet omlaag, het team moet cao-conform kunnen worden bezoldigd, het salarishuis moet opgewassen zijn tegen een bestuurderssalaris zodra de huidige directie afzwaait en er komt een grote programmeringsopdracht bij voor Metro Walhalla die vraagt om extra budget.

Walhalla is een voorloper op het gebied van cultureel ondernemerschap. Het theater is opgericht als particulier initiatief, met steun van bedrijven en fondsen die kansen zagen in het bevorderen van de gebiedsontwikkeling door op Katendrecht een theater te realiseren. Ook nadat Walhalla de investeringsfase in ging en als nieuwe Cultuurplaninstelling een steeds grotere rol ging spelen in de Rotterdamse culturele keten, bleef het theater in staat 'warm' geld (bijdragen van mensen

die er niets voor terug hoeven) te werven, naast de andere transactionele niveaus van geldstromen voor culturele instellingen die wij onderscheiden: 'koud' geld (kaartverkoop, tegenprestatie op microniveau) en lauwwarm geld (subsidies en fondsen, tegenprestatie op macroniveau). Walhalla heeft een voor de culturele sector uitzonderlijke financieringsmix van 25% subsidie versus 75% eigen inkomsten, o.a. uit ticketing en verhuur, waarvan de functie de laatste jaren sterk is verbeterd, met een hogere marge tot gevolg. Een derde van de omzet is warm geld, zowel van bedrijven als door particulieren (Club Walhalla). Maar een financieringsmix met relatief veel sponsorinkomsten is ook kwetsbaar. Het profiel van de pionier was vanaf het begin aantrekkelijk voor particulieren, maar nu mensen weinig aanmoediging meer nodig hebben zich te vestigen op Katendrecht, stoppen ontwikkelaars met sponsoring. Ook zijn veel sponsors op persoonlijke titel met de directie en dus met Walhalla verbonden. Aangezien de directie de pensioengerechtigde leeftijd nadert in de komende beleidsperiode, moet ook realistisch worden gekeken naar die betrokkenheid. Nog altijd zet Walhalla vol in op het aantrekken van (hoofd)sponsors, maar een evenwichtigere verdeling van inkomsten maakt Walhalla stabiel en beter in staat om te voldoen aan fair practice en dan met name fair pay.

COMMUNICATIE



STRATEGIE

In Walhalla is altijd iets goeds te zien en te beleven. Dat is de motivatie van waaruit de marketing werkt. Het 'hooggeëerd publiek' uit het circus is de premisse. We eren het publiek, want zonder publiek is er niks aan. We communiceren, zenden en ontvangen veel met ons publiek en met makers.

Om ons publiek te bereiken, zowel trouw als nieuw publiek, zorgen wij voor een regelmatige stroom van informatie via al onze eigen kanalen en soms die van derden. De eigen producties worden voorzien van een op de doelgroep afgestemd publiciteitsplan, dat bestaat uit een mix van eigen middelen, advertenties (online, offline, social), posters/flyers en free publicity. Voor de voorstellingen van Werkplaats Walhalla, waar voornamelijk met jonge makers gewerkt wordt, zoeken we consequent een mix van het huidige trouwe Walhalla-publiek en het jongere publiek dat Werkplaats Walhalla aanspreekt. Hetzelfde zal gelden voor Metro Walhalla. We proberen bezoekers niet alleen te informeren, maar ook te enthousiasmeren, door hun de beleving van een avond theater mee te geven, het enthousiasme van het publiek in beeld te brengen en de sfeer in de zaal of foyer centraal te zetten in onze uitin-

gen. Walhalla heeft een herkenbare, ambachtelijke, authentieke stijl. Zo weet iedere zaal een eigen sfeer te creëren, en toch duidelijk onderdeel van het geheel te zijn. De vormgeving wordt bepaald door de medewerkers van Walhalla, altijd in samenspraak met kunstenaars AMC Fok en Midwinter Décor- & Timmerwerk. Door deze samenwerkingen straalt Walhalla kunstenaarschap uit en heeft het een intieme, vrolijke en toegankelijke sfeer. De sfeer van de zalen begint al op de website, aan de telefoon en bij de kaartcontrole. Wat de website belooft, zie je terug bij een bezoek. Dat is belangrijk, zeker voor jongeren. Jonger publiek doet onderzoek vooraf, want het wil graag weten waar het heen gaat, loopt liever geen risico's en is eraan gewend heel snel informatie te kunnen verkrijgen. Die informatie gaan wij voor Metro Walhalla nadrukkelijk vormgeven, niet in de laatste plaats doordat het publiek in kwestie dat beeld vervolgens deelt via hun social media. We hebben ook een fotobooth aangeschaft, zodat het publiek na de voorstelling meteen enthousiaste foto's kan delen op hun eigen socials.

Walhalla is zoals gezegd in zee gegaan met We Are Public. Mensen met een We Are Public-abonnement kunnen gratis

een selectie van voorstellingen bezoeken door een kaartje te reserveren. Niet alleen levert dat meer verkochte kaarten op, want we liften mee op de marketing en publiciteit van We Are Public, we zien ook dat deze bezoekers vaak nog niet eerder in Walhalla zijn geweest en dat de groep gebruikers jonger zijn. Dit is een welkome doelgroep, die het experiment niet schuwt en zich graag laat verrassen.

We zien de Metro en de Werkplaats als marketingtool om een totaal nieuw publiek te bereiken. Daar zullen we onze communicatie op moeten aanpassen. Daarom hebben we bewust gekozen voor twee heel jonge marketingmedewerkers met een kunstzinnige achtergrond, die jongeren beter kunnen aanspreken. Zij gaan komende periode hard aan de slag met de vormgeving van de website en uitstraling van de Werkplaats en de Metro, om de marketingstrategie voor deze plekken nieuw elan te geven. Ook zal de website worden gerenoveerd, zodat we zeker tot 2028 weer toekomst-proof zijn. Ondertussen gaan we door met wat goed gaat.

MARKETINGMIX

Free publicity: Walhalla zit nooit verlegen om free publicity. We haalden meermaals de nationale kranten en bladen met recensies van onze eigen voorstellingen van de Werkplaats (De Gestampte Meisjes, Flip Noorman, Jantien Fick, Dilan Yurkadul, Elfie Tromp, STEL en 155). Er stond een mooie fotoreportage van Claudia de Breij in de Volkskrant die gemaakt was in Walhalla. Onze Kapsalon-actie tijdens Corona leverde veel (landelijke) publiciteit op. Tijdens het songfestival zond het RTL4-programma Beau een week lang uit vanuit Kantine Walhalla. Toen Jan Rot ziek bleek, werd de opname van het AVROTROS-tv-programma Volle Zalen opgenomen in Walhalla. Onze directeur Harry-Jan Bus haalde het AD met zijn inspanningen om zgn. vastgoedcowboys te slim af te zijn met een vastgoeddeal, om de sfeer van het Deliplein te behouden. En ook de toekenning van alle prijzen voor de directie kwam in de pers. Directeur Rachèl van Olm was drie uur lang te gast op Radio 1 toen op Koningsdag de koninklijke familie Rotterdam bezocht. Ivo Niehe (NPO1), de VPRO, Jort Kelder en Radio Rijnmond zonden allemaal een keer live uit vanuit Walhalla. Er worden meerdere podcasts in Walhalla gemaakt. Walhalla weet de pers en omroepen te vinden en

*Benefiet voor de aardebeving in Turkije
door het Tombaz Ensemble*



andersom. We kunnen door de programmering niet op ieders verzoek ingaan, maar de Kantine met op de achtergrond de lichten van de havenstad is een gewilde locatie. Wellicht dat met de komst van de Metro en Grand Theater Walhalla er meer ruimte komt voor een wekelijkse talkshow vanuit de Kantine.

Nieuwsbrieven, social media en de Walhallakrant: Middels onze wekelijkse nieuwsbrief (ruim 20.000 abonnees) houden we contact met ons publiek, vooral over voorstellingen. Wanneer we voorstellingen van één genre onder de aandacht willen brengen, benaderen we liefhebbers daarvan. Elke twee maanden geven we de Walhallakrant uit (oplage 13.000 stuks), met meer achtergrond over de voorstellingen en enthousiasmerende rubrieken. Het maken, drukken en verspreiden van een krant is wellicht ouderwets, maar het is onze ervaring en overtuiging dat deze krant zorgt voor zichtbaarheid en het communitygevoel rond Walhalla versterkt. De krant wordt huis-aan-huis verspreid op Katendrecht en de Wilhelminapier en zorgt ervoor dat de Kapenezen ambassadeurs worden van Walhalla, voor zover ze dat niet al zijn. We sturen de krant naar al onze relaties, zoals sponsors, Suikerrooms en -tantes en fondsen. Om de inhoud van de krant te verbeteren hebben we gesproken met experts, zoals Ronald Ockhuysen (ex-hoofdredacteur van Het Parool, nu directeur Communicatie & Strategie van Chios Media) en Marinka Reuten (ontwerper van theateraffiches en de bijlage van de NRC en Volkskrant magazine). Uitkomst was om minder de voorstellingen te beschrijven, maar meer leuke content te ontwikkelen. Dus er staan nu meer vaste rubriekjes in, zoals interviews met publiek na de voorstelling. Zo tonen we aan dat ons publiek divers is, waardoor we meer mensen kunnen uitleggen dat Walhalla er ook is voor hen. Op al onze socialmediakanalen is het aantal volgers gegroeid: onze Facebookpagina heeft zo'n 9.600 volgers, ons Instagramaccount zo'n 5.900 volgers, op LinkedIn volgen ruim 600 mensen ons en op YouTube hebben we 226 abonnees. In september zijn we voor het eerst op TikTok gegaan, ook om de jongeren beter te bereiken, waarbij onze stagiaire ons van goede adviezen kon voorzien. Inmiddels hebben we 216 volgers. Per kanaal verschillen de boodschappen die we zenden: op Instagram en Facebook zetten we mooie plaatjes en belangrijke momenten, in onze story's gaan we in op wat er die week te gebeuren staat. Ook lenen story's zich goed voor enthousiaste posts van artiesten die bij ons komen spelen en voor mooie recensies en video's. Op LinkedIn zijn de berichten zakelijker.

Zichtbaarheid in de stad en de Uitagenda Rotterdam:

Onze kranten en de kinderkunstkalender worden verspreid in alle cafés en door de hele buurt. Er is jaarlijks een kleurrijke peperbus- en postercampagne over de start van de kaartverkoop voor het nieuwe theaterseizoen en voor onze kerstproductie. Theater Walhalla is betalend lid van Uitagenda Rotterdam. Al onze voorstellingen komen automatisch in de database van de Uitagenda. Hiermee verkrijgen we online zichtbaarheid op UitagendaRotterdam.nl, agendavermelding in het Uitmagazine en opname in de Kids Uitagenda (een uitvouwbare kunst- en cultuuragenda als bijlage in het Uitmagazine, die tevens losse verspreiding kent via musea en theaters). Regelmatig wordt er via een van deze kanalen extra redactionele aandacht besteed aan Theater Walhalla.

CODES

DIVERSITEIT EN INCLUSIE

In 2023 is een plan van aanpak geschreven om Theater Walhalla meer divers en inclusief te maken, in samenwerking met SER Diversiteit in Bedrijf en 010 Inclusief. In dit plan is focus gelegd op het personeelsbeleid en dan met name op het werven en behouden van personeel met bijzonder arbeidsvermogen en met gevarieerde etnisch-culturele achtergronden. Dit alles om het personeelsbestand van Theater Walhalla een betere afspiegeling te laten zijn van de samenleving. Jaarlijks wordt de voortgang hiervan gemeten en wordt het plan bijgewerkt en aangescherpt, om zo duidelijke doelen te kunnen blijven stellen. We hebben de ambitie om ons uiterlijk in 2025 aan te sluiten bij de Charter Diversiteit van SER Diversiteit in Bedrijf. Intern gaan we door met het bespreekbaar maken van diversiteit en inclusie, door personeelsworkshops die afgelopen jaar zijn ingezet onder leiding van Antidiscriminatiebureau RADAR. Dit om de veiligheid en het vertrouwen op de werkvloer te vergroten.

- Onze programmering weerspiegelt onze focus op inclusie door toegankelijkheid, bijvoorbeeld via de shows met gebarentolk, maar ook de nadruk op onvertelde verhalen en ondervetegenwoordigde kunst disciplines. Met de toevoeging van Metro Walhalla vergroten we de diversiteit in onze programmering en publieksbereik. Het brede programma-aanbod en de gastvrije sfeer, mede dankzij de inzet van vele lieve vrijwilligers, geven Theater Walhalla een uniek menselijk profiel.
- Ons publiek is bij uitstek divers, met een brede vertegenwoordiging uit alle publieksgroepen en bovengemiddeld afkomstig uit de doelgroep ‘light users’. Veel komen uit Rotterdam, relatief veel jeugd en inwoners van Zuid. Tegelijkertijd beogen we hier de grootste groei, met Metro Walhalla als nieuwste wapenfeit. Ook in de outreach naar ons publiek hanteren we een nieuwe aanpak door veel met grassroots-organisaties en ambassadeurs te werken.
- Onze partners zijn divers, structureel en gelijkwaardig. Een sterk voorbeeld is onze structurele samenwerking met Club Gewalt en O. Festival, of het netwerk van Volmondig, Luan Buleshkaj en Feyenoord. Onze partners spelen een centrale rol in de programmering van Metro Walhalla. En Walhalla blijft zich inzetten in de netwerken op Zuid en in Rotterdam.
- Ons personeel is nog geen afspiegeling van Rotterdam-Zuid, maar de stagiairs wel. De aandacht van afgelopen jaren werpt bovendien haar vruchten af. We hebben oog voor diversiteit van ons personeel bij werving en selectie en werken samen met Pameijer en de Bakkerswerkplaats voor arbeidsplaatsen op maat.

FAIR PRACTICE CODE

De vijf waarden van de Fair Practice Code zijn verwerkt in ons meerjarenbeleidsplan. Hieronder willen we een aantal onderdelen nog extra uitlichten. In ons jaarverslag rapporteren we transparant over de codes.

Solidariteit, vertrouwen en duurzaamheid

Werkplaats Walhalla is specifiek gericht op talentontwikkeling van jonge en nieuwe makers. Solidariteit, vertrouwen en duurzaamheid hebben hier een sleutelrol. We bieden makers ruimte en begeleiding, zowel op het artistieke proces als op de zakelijke aspecten. We begeleiden makers bij het begrijpen en naleven van de Fair Practice Code en nemen hen bijvoorbeeld in bescherming wanneer ze onderbetaald (willen) werken. We zorgen dat tijd voor onderzoek en het schrijfproces vergoed wordt en nemen dit risico op ons, ook als de financiën nog niet rond zijn vanwege nog lopende aanvragen. We geven specifiek aandacht aan mentale gezondheid: jonge makers zijn een kwetsbare groep die het soms nodig heeft om in bescherming genomen te worden. Met name de dramaturg van Werkplaats Walhalla speelt hierin een belangrijke rol, door te signaleren en in gesprekken aandacht te hebben voor een veilige sfeer op de werkvloer.

Fair pay en fair share

Theater Walhalla volgt vanaf 2025 de cao Nederlandse Podia bij het inschalen van nieuwe collega's. Salarissen worden jaarlijks geïndexeerd volgens diezelfde cao. Collega's die al langer bij Walhalla werkten, kregen jaarlijks een procentuele of vaste verhoging. Bij goed functioneren krijgen zij er nu elk jaar een periodiek bij. In de begroting is om deze reden een significante stijging van personeelslasten te zien. Werkplaats Walhalla is gebonden aan de cao Toneel en Dans en schaaft artiesten in op basis van functie en werkervaring. Theater Walhalla en Werkplaats Walhalla volgen de vuistregel dat freelancers 150% van de cao-vergoeding mogen rekenen. Verder heeft Walhalla een gunstige pensioenvoorziening voor medewerkers. Als werkgever betaalt Walhalla 75% van de pensioenbijdrage. Op het moment dat medewerkers in dienst komen, bieden we een gesprek aan met onze pensioenadviseur om hun toekomstige financiën onder de loep te nemen.

Binnen de organisatie is er meer aandacht voor vitaliteit. We organiseren sportactiviteiten voor alle collega's en vergoeden een stoppen-met-roken-cursus. We vinden het belangrijk dat Walhalla een veilige en vertrouwde werkomgeving is, voor zowel makers en spelers als van werknemers. Zodoende hebben we een veiligheidsprotocol ontwikkeld waarmee we het gesprek over sociale veiligheid op gang brengen. We kunnen nooit helemaal uitsluiten dat er een ingewikkelde situatie ontstaat, maar we zijn alert om die kans zo klein mogelijk te maken. De gedragscode richt zich o.a. op romantiek op de werkvloer, sociale veiligheid, respect op de werkvloer en de stappen die iemand kan ondernemen bij grensoverschrijdend gedrag. We hebben bovendien een interne en externe vertrouwenspersoon.

CODE CULTURAL GOVERNANCE

Walhalla volgt (principes en aanbevelingen van) de Governance Code Cultuur 2019 en legt hierover verantwoording af in het jaarverslag. Het creëren en overdragen van culturele waarde is onze missie, zowel in de theaterzalen als in de Werkplaats. In ons jaarverslag lichten we toe hoe de principes en aanbevelingen in de praktijk worden gebracht.

Bestuur

Het bestuur bestaat uit een gewogen afvaardiging uit diverse domeinen: bestuurlijk, financieel, zakelijk en artistiek. Er is met het bestuur bovendien hard gewerkt aan een nieuw organogram, waarin functies, rollen, taken en verantwoordelijkheden worden belegd. Dit organisatiemodel wordt in het eerste kwartaal van 2024 vastgesteld. In 2023 hebben we afscheid genomen van Jos van der Vegt als voorzitter en Yvonne Sørensen als algemeen bestuurslid. Jos blijft bij Walhalla betrokken als Erevoorzitter. Wilma Franchimon (voorzitter) en Sayida Goedhoop (algemeen bestuurslid) hebben hun plaats ingenomen. In 2024 liep de termijn van penningmeester Thomas Wintermans af. Hij is vervangen door Ewout Blinde. Thomas Smit blijft aan als algemeen bestuurslid. We zullen jaarlijks de benoeming van de externe accountant heroverwegen.

Nevenfuncties

Harry-Jan Bus bekleedt twee onbezoldigde nevenfuncties. Hij is bestuurslid van de Stichting Deliplein en van de Stichting Goede Doelen Rotterdam. Harry-Jan is bezoldigd lid van het cabarettrio De Tunes. Hij treedt daarmee een aantal keren op in Theater Walhalla. Met dit gezelschap worden dezelfde afspraken gemaakt als met andere theater- en cabaretgroepen en het belang van Theater Walhalla wordt ermee gediend. Rachèl van Olm zit onbezoldigd in het bestuur van Stichting Rotterdam zUIT, De Gestampde Meisjes en Stichting Artertainment.

Vrijwilligers

Theater Walhalla betreft vanuit intrinsieke overtuiging vrijwilligers bij het reilen en zeilen van de organisatie. De poule van 32 vrijwilligers is een groep trouwe gedienden. Walhalla had zich geen betere ambassadeurs kunnen wensen; mond-tot-mondreclame is immers onbetaalbaar. Als tegemoetkoming krijgen vrijwilligers hun parkeer- en reiskosten vergoed en mogen ze iemand meenemen naar de voorstelling waarop ze zijn ingedeeld. We houden de lijn met onze vrijwilligers kort, zodat ze de verbinding blijven voelen met Walhalla en de collega's. Ook wonen ze 's winters de try-out van de kerstvoorstelling bij en zijn ze 's zomers bij het feest ter afsluiting van het seizoen.



In het hart van Katendrecht gebeurt het echt

Het theater dat tegen alle verwachtingen in met succes in een achterstandsbuurt is opgezet en ervoor gezorgd heeft dat Rotterdam niet meer met de rug naar Zuid staat.

Het walhalla van de theaters in de havenstad

In het zeemanshart van de stad en zijn bevolking.

Wij zijn van jullie

En voor iedereen, met authenticiteit, maar vooral met liefde voor theater, Rotterdam-Zuid en de mensen die er wonen.

Langs de Maas

Walhalla heeft de ervaring, de kennis, de passie, het doorzettingsvermogen, de netwerken, de bekendheid en de zakelijke inzichten om de gemeentelijke ambities voor Rotterdam-Zuid te ondersteunen.

Is waar we artistiek tekeergaan

Cultuur is een trekker van formaat en is onontbeerlijk voor een levendig en leefbaar Rotterdam-Zuid.

We doen niks voor de bühne

We kijken en luisteren naar het urgente verhaal van de stad.

Maar alles voor het podium

Waar dat hele verhaal verteld wordt en inspireert.

Vroeger rood licht, nu de spotlights

Het immateriële culturele erfgoed in het volle licht.

Rauwe, Rotterdamse kunst bruist aan het water

In Metro Walhalla verteld, voor en door de nieuwe generatie.

Een levendige beleving

Want in Walhalla is altijd wat te doen.

Ooit een danspaleis, nu een theater in beweging

Met de gemeente Rotterdam als onze danspartner.



Oplegger bij meerjarenbeleidsplan 2025-2028

In deze oplegger informeren wij, Theater Walhalla, u over de belangrijkste wijzigingen in ons meerjarenbeleidsplan 2025-2028 op basis van het toegekende subsidiebedrag. Deze oplegger biedt een toelichting op de aanpassingen die wij hebben doorgevoerd in zowel de activiteiten als de begroting, inclusief de onderbouwing van deze wijzigingen.

Het toegekende subsidiebedrag, inclusief accres, bedraagt 620.700 EUR, tegenover een aangevraagd bedrag van 950.000 EUR.

Metro Walhalla

Door het lager toegekende subsidiebedrag is er geen budget beschikbaar voor de ontwikkeling van een op jongeren gerichte programmering in Metro Walhalla, onze nieuwe theaterzaal. Hierdoor kan Theater Walhalla de komende jaren structureel geen extra aanbod realiseren voor jonge, grootstedelijke doelgroepen.

Voorstellingen, bezoekersaantallen en publieksinkomsten

Door het wegvallen van de subsidie voor het programmeren in Metro Walhalla vervallen 70 van de geplande 370 voorstellingen. Dit leidt tot een daling van het verwachte bezoekersaantal naar 30.600 en een afname van de verwachte inkomsten uit kaartverkoop naar 505.000 EUR.

Indirecte inkomsten

De indirecte inkomsten zijn herbegroot naar 132.000 EUR. Deze aanpassing is het gevolg van het wegvallen van de marge uit eten- en drankverkoop bij optredens in Metro Walhalla. Ook is de marge uit horeca en verhuur geactualiseerd op basis van de gerealiseerde inkomsten over 2024.

Bijdragen uit private middelen

De bijdragen uit private middelen zijn geactualiseerd op basis van veranderingen in bijdragen van particulieren en bedrijven sinds de oorspronkelijke indiening van de begroting. Het sponsorbestand blijft stabiel, met nieuwe wervingsinspanningen gepland voor het voorjaar.

Beheerslasten Materieel en Personeel

Materiële beheerslasten zijn herzien op basis van de laatste cijfers. De energie- en schoonmaakkosten voor Metro Walhalla vervallen door het niet programmeren van voorstellingen op dit podium. Beheerslasten personeel zijn aangepast naar de CAO voor 2025. Twee functies zijn uit de begroting gehaald vanwege het niet realiseren van Metro Walhalla.

Activiteitenlasten Materieel en Personeel

Materiële activiteitenlasten zijn naar beneden bijgesteld door het niet programmeren van Metro Walhalla. Beheerslasten personeel zijn herzien op basis van de CAO voor 2025. Daarnaast zijn vier deeltijdposities geschrapt vanwege het niet realiseren van Metro Walhalla.