



  
de kampanje  
Jaarverslag 2023

# Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Professionele Podiumkunsten
3. Samenwerkingen
4. Festivals, evenementen & specials
5. Cultuur kleurt het leven
6. Commerciële en sociaal-culturele verhuur
7. Marketing
8. Personeel & organisatie
9. Raad van Toezicht
10. Jaarrekening

# Inleiding

In 2023 had theater 1.400 premières, 28 per week, vier per dag. Het theater biedt een overvloed aan voorstellingen waar je in kan verzuipen of waar je je prettig ervan kunt voelen. Gelukkig sloeg de balans in 2023 door naar de positieve kant, aldus het NRC. Zo ook in De Kampanje!

Want wat hebben we veel mensen een mooie herinnering bezorgd. Niet alleen doordat ze een goede voorstelling bezochten of een cultureel evenement als het Urban Culture Festival of Gouwe Ouwe, maar wat te denken van de trouwerijen die bij ons plaatsvonden of de mooie zakelijke events die wij voor klanten mochten organiseren. Sail, de opening van het nieuwe stadhuis, vrijwilligersfeest NWZ of de Halve van Den Helder; zo maar wat voorbeelden hoe De Kampanje haar sporen na liet op vele manieren. En daar zijn we trots op.

Uit de werkbelevingsscan onder het personeel en de vrijwilligers bleek dat we veel tevreden medewerkers en vrijwilligers hebben. Fantastisch! We kregen op vele gebieden mooie cijfers en met een tevreden team boek je betere resultaten, daar zijn we van overtuigd.

In mei 2023 is in samenwerking met de Klimaatroute een scan gedaan en zijn mogelijkheden tot verdere verduurzaming van De Kampanje in beeld gebracht. Mede door geldelijke bijdragen van de Vrienden van De Kampanje en de Rabobank wordt ons theater voorzien van zonnepanelen. Daarnaast zijn er diverse ingrepen gedaan om energiezuiniger te zijn. En dat is gezien de enorme energieprijzen een welkome bezuiniging.

Uiteraard waren er ook uitdagingen zoals het onderhoud en de beheer issues met Willemsoord, parkeren en de toegankelijkheid van het terrein. Daar blijven wij over in gesprek en hopen in 2024 positiever nieuws te communiceren.

Arjaen Kersten

Directeur

## 2 Professionele Podiumkunsten

De Kampanje prikkelt de zintuigen! Onze missie zegt waar we onze best voor doen: podiumkunstartiviteiten aanbieden die op één of andere manier prikkelen, verwonderen, plezier geven of een andere emotie oproepen. We verzorgen zo'n 220 podiumkunstartiviteiten per jaar die aansluiten bij actuele ontwikkelingen en vragen/wensen vanuit onze Helderse- en regionale omgeving. Toegankelijk voor iedereen, ongeacht leeftijd, religie, opleiding of nationaliteit. Diversiteit en inclusie is in de Kampanje al jaren de normaalste zaak van de wereld en ingeburgerd.

De Kampanje zorgt voor de 'tussentijd'. In een tijd waarin men door het tempo en de vele prikkels die er dagelijks op ons afkomen nauwelijks gelegenheid heeft gedachten te ordenen, te reflecteren, even bij jezelf te zijn, zorgt De Kampanje voor juist dát moment. Voor de één is dat een avond tranen over je wangen lachen, de ander laat zich meeslepen door een prachtig ballet, droomt weg bij een musical of staat te swingen bij een popconcert.

We zijn blij dat we na de coronajaren weer 'normaal' kunnen draaien en geen rekening hoeven houden met beperkingen. We zijn "back on track" zoals dat heet.

### Musical / Muziektheater / Show

In dit genre kwamen prachtige shows voorbij van bekende artiesten als Paul de Leeuw en Ellen ten Damme, maar we programmeerden ook voorstellingen van nieuwe makers zoals de musical Before After van Oak Milk en de nieuwe Nederlandse musical Checkpoint Charlie van Goedemorgen Theaterproducties.

Indruk maakte de voorstelling South African Roadtrip waar veertien musici en dansers uit Khayelitsha, een township in Kaapstad, de bezoekers meenamen naar de roots van hun land. Het liet goed zien wat muziek en dans met je doen ook als je het niet breed hebt thuis. Met deze show verdienen zij niet alleen geld om hun bestaan te bekostigen maar die van hun hele familie.

### Toneel / Komedie

Het genre toneel staat onder druk. Steeds meer bezoekers laten het afweten en kiezen voor andere genres. Dat is toch vreemd als je ziet hoe populair NetFlix, Videoland en HBO zijn, waar mensen uren films en series kijken. Je zou verwachten dat zij dit live nog aantrekkelijk zouden vinden.

Gelukkig waren er in '23 nog wel prachtige toneelvoorstellingen in De Kampanje te zien. Zo stonden Anne Wil Blankers, Henriëtte Tol en Reneé Fokker samen op de planken in een speciaal voor hen geschreven stuk. Maakten Plien van Bennekom, Rop Verheijen en Ilse Warringa een feestje van de Ongeplukte Zusters. En vele andere topacteurs als Mark Rietman, Jacqueline Blom, Waldemar Torenstra, Jon van Eerd schitterden in grote stukken op het toneel in Den Helder.

Kleine parels waren ook te bewonderen in de kleine zaal. Zo speelde Soy Kroon in de indrukwekkende monoloog 'Nu ik je Zie' en ging je na afloop van de voorstelling Hosseini van René Coralie van Beek met een knoop in je maag naar huis vanwege de vluchtelingenproblematiek.

Kortom een genre dat moet blijven bestaan omdat dit juist zo kan prikkelen.

## Muziek

Bouke rocks Elvis, The Chigaco Funk, Queen must go on en the Dutch David Bowie Tribute, vier spetterende bands die wij in 2023 spontaan erbij boekten naar aanleiding van het tv-programma The Battle of The Bands. En het publiek bezocht deze concerten massaal. Dat is de invloed van tv. Sowieso is het muziekgenre populair in Den Helder en omgeving. Van intiem tot groots, van pop tot klassiek; vele vormen waren te beluisteren dit jaar. 1750 feestgangers genoten van The Dirty Daddies. Deze rockcoverband zorgt ieder jaar voor een groots meezingfestijn met 100 nummers in 2 uur. Van Robbie Williams tot ABBA, van André Hazes tot ACDC allerlei bekende nummers gaan door het Daddiessausje en worden meegezongen.

## Cabaret / Kleinkunst

Er werd gelachen, geprikkeld, geschuurd bij dit genre dat je vaak een spiegel voor houdt, aanzet tot nadenken, maar ook gewoon ongegeneerd laat lachen. Grote namen als Veldhuis & Kemper, Lenette van Dongen, Bert Visscher kwamen voorbij. Youp van 't Hek zagen we helaas voor de allerlaatste keer in De Kampanje op het toneel staan. Om hem te eren werd een stuk tekst van hem op het raam in de foyer gezet en mocht hij dat zelf ondertekenen. Hij was duidelijk ontroerd door deze actie. We waren ook blij dat het duo Lebbis en Jansen hun eenmalige 'comeback' in Den Helder liet zien.

Uiteraard boden we ook een podium aan beginnend talent zoals aan de Neerlands Hoop winnaars NOOB. Ook prijswinnaar René van Meurs die de Poelifinario won met '2636' in de categorie Entertainment was te zien in De Kampanje. De jury roemde hem om zijn "uitgebalanceerde programma met talloze komische anekdotes die herkenbaar zijn bij generatiegenoten, maar ook voor het besef dat vaderschap zorgt voor een kantelpunt in het leven, waar niet te licht over gedacht moet worden." Het publiek in Den Helder was het daar unaniem mee eens!

## Ballet / Dans

Met Igone de Jongh, Nureyev met Jan Kooijman, ISH, Oxygen, Isabelle Beernaert en het Zwanenmeer konden we de dansliefhebbers in 2023 verblijden. Moderne dans, klassiek ballet, urban dance, hiphop en breaking; totaal verschillende stijlen die ook diverse doelgroepen bedienen maar die allemaal prachtig tot zijn recht kwamen op ons podium. Urban, hiphop en breaking trokken vooral jong publiek omdat zij soms ook zelf dit genre dansen in de plaatselijke dansschool. Hoe tof is het dan om de profs dit te zien doen?!

## Klassiek / Opera / Operette

In samenwerking met International Holland Music Sessions werden klassiek lunchconcerten georganiseerd in de kleine zaal. Francis van Broekhuizen kwam samen met Dominic Seldis en orkest. En wat krijg je als je de populairste en meest hilarische sopraan combineert met de charmantste en grappigste Britse contrabassist? Een vermakelijke muzikale show vol glitter en glamour vol met persoonlijke verhalen, populaire muziek, liedjes en publieksparticipatie. Verhalen over opera, dirigeren, grote orkesten voor iedereen die klassieke muziek ook maar een beetje leuk vindt. Door corona en de oorlog in de Oekraïne was het helaas niet mogelijk om een operagezelschap naar Nederland te halen. De kosten zijn enorm gestegen en daarom is een Nederlandse toernee voorlopig niet haalbaar.

## Theatercollege

Twee totaal verschillende theatercolleges waren er in 2023. In de grote zaal genoten 740 bezoekers van een moment van rust door Michael Pilarczyk. In zijn college 'Rust in je hoofd' vertelde hij hoe je minder last hebt van onrustige gedachten en hoe je meer in balans kan leven. Het ging over levenskunst en bewustzijn.

Meester Mark liet een volle kleine zaal lachen om 'De grappigste taalfoutjes uit de klas'. De allerleukste uitglijders en instinkers van kinderen werden getoond met uitleg hoe al die hartverwarmende missers ontstaan, en werd er stil gestaan bij de briljante taalgevingen die leerlingen óók hebben.

## Lifestyle & Entertainment

De meest bijzondere voorstelling uit dit genre was de voorstelling van drag queen Sederginne. We worden tegenwoordig om de oren geslagen met LGBT en andere letters uit het alfabet; we worden ingedeeld in binaire en non-binaire groepen en we worden aangemaand om 'woke' te zijn. Maar wat als dit allemaal een ver-van-je-bed-show is en je misschien wel woke wil zijn maar niet weet hoe? In haar show 'Van Wc-Madame tot diva' blikte Sederginne terug op hoe het ooit begon en wat haar op de weg naar de top gevormd heeft. Ze vertelde over de perikelen die ze heeft meegemaakt die van haar de diva hebben gemaakt die ze vandaag de dag is.

## Kinderen / Jongeren / Familie

Van 1 tot 101 zeggen we vaak als leeftijdsadvies bij voorstellingen. En voor die hele kleintjes was er al genoeg moois te beleven. Zo konden ze genieten bij de Wintergruffalo, Bing, Pieter Konijn, Hup Herman en Kikker. De wat ouderen konden naar Assepoester, Meester Kikker, Jungle Book, Koos & Moos en Pietje Bell en voor de 8-plussers was er De Regels van Floor, Pippi Power en Robin Hood. Voorstellingen met mensen, met poppen én mensen, soms met kleine vermommingen waardoor je van een vos in een slang verandert, pruiken, gekke kostuums en mooi geschminkte gezichten; allemaal als doel om tot de verbeelding te spreken. De fantasie van de kinderen mag het werk doen, want dat is niet alleen goed voor hun brein, maar ook voor hun creativiteit.

De uitermate populaire Titus & Fien kwamen met hun allerlaatste show naar De Kampanje. Als dank voor de vele grappen en grullen die ze zoveel jaren hebben gebracht, ontvingen zij een heerlijk Helden pakket.

## 3 Samenwerkingen

Zonder samenwerkingen zou de Kampanje niet op het niveau zijn waar ze nu staat. Samenwerken vindt plaats op allerlei onderdelen in de organisatie.

### Theaters, gezelschappen & impresariaten

De technici van de Kampanje werken bij iedere voorstelling samen met de technici van het gezelschap. De afdeling Marketing/PR werkt samen met de afdelingen Marketing/PR van het impresariaat. Theaters onderling werken samen op het gebied van Marketing/PR, verhuur, ticketing, programmering, theatertechniek, maar ook directeuren onderling sparren geregeld met elkaar. De Kampanje heeft vaste samenwerkingsverbanden met bepaalde theatergezelschappen en instellingen. Zo worden er ieder jaar klassieke concerten georganiseerd door The International Holland Music Sessions en zien we jaarlijks bepaalde gezelschappen in ons theater terug. Zo bouw je samen publiek op. In de branches waarin we actief zijn, zijn we sterk afhankelijk van elkaar. Producenten kunnen niet zonder de theaters, theaters kunnen niet zonder de voorstellingen van de producenten. Door de heftige coronatijd die we achter de rug hebben, stond deze bedrijfskolom onder druk. Gelukkig zien we daar nu verbetering in.

### Partners in de stad

Samenwerkingspartners in de stad zijn voor ons de omringende culturele instellingen in diverse samenstellingen. Zo werkten we nauw samen met Triade op het gebied van schoolvoorstellingen. Triade boekt de voorstelling, wij faciliteren en doen de technische ondersteuning.

Met De Vrienden van Den Helder, waarin ook Triade en Kopgroep bibliotheken vertegenwoordigd zijn, organiseren we Rondje Kleinkunst en Rondo Musica: twee altijd uitverkochte culturele uitjes voor inwoners van onze stad. Ook kon voor de tweede keer het Lieve Hemel Festival op Fort Westoever doorgaan. Een soort Parade-achtig festival met kindervoorstellingen, kinderactiviteiten, voorstellingen in tenten of andere gekke ruimtes en muziek. Dit gratis festival trok vele bezoekers. Op de eerste zondag van september was het tijd voor Zomerdromen. Duizenden mensen verzamelden zich in het park om te genieten van muziek, mooie kramen en heerlijke hapjes en drankjes.

De Kampanje was ook in 2023 de partner van Stichting Nieuw & Diep, Stichting Pop in de Kop en de Windkracht 13 Sessies. Stuk voor stuk mooie samenwerkingen met succesvolle optredens en quizzen.

In juni waren we locatie voor De Dag van de Muziek, het grootste amateurmuziekfestival in Nederland. Door de hele binnenstad is er live muziek en dus een enorme samenwerking van locaties en amateurkunstenaars.

Voor het Marinemuseum verzorgde De Kampanje in vakanties en rondom erkende feestdagen de catering voor het Marinemuseum in bistro De Schorpioen.

De Kampanje ontwikkelde in 2023 twee nieuwe evenementen/initiatieven: het Urban Culture Festival en Gouwe Ouwe. Bij het Urban Culture Festival betrokken wij diverse partners uit de stad; Triade, Jongeren Werk Den Helder, House of Dance, Rik Niks en Team Sportservice. Samen organiseerden

we een prachtig stoer weekend voor jongeren vanaf 10 jaar met allerlei workshops, demonstraties en shows. Het was een enorm succes.

Gouwe Ouwe is een eenzaamheidsproject dat wij samen organiseren met Stichting De Tijdmachine en Gemeente Den Helder. 250 [eenzame] ouderen genoten 2 dinsdagmiddagen van de heerlijke live muziek van de Gouwe Ouwe band. Er werd gedanst, meegezongen en genoten van een advocaatje met slagroom. Er stonden ook kraampjes van andere organisaties uit Den Helder die activiteiten organiseren voor ouderen.

## Ook dat is kunst

In oktober startte de gezamenlijke campagne van de Helderse culturele instellingen Triade, Theater De Kampanje en KopGroep Bibliotheken #OokDatIsKunst. Een prachtige actie waar enorm veel aandacht voor kwam in de pers en lovende woorden van de bevolking in Den Helder. Er werd een website gelanceerd, overal hingen posters en lagen er ansichtkaarten. Op de socials werd de campagne gelanceerd en zag je onder de paar dagen andere uitingen. Zelfs Jochem Myjer zette ons prachtige gedicht op zijn instagram als tip!

*Waar denk jij aan bij het woord kunst? Wat is cultuur nou precies? En waar is het eigenlijk goed voor? 90% van de Nederlanders brengt jaarlijks ten minste één bezoek aan een culturele instelling. Toch beschouwen veel mensen kunst als iets elitairs of als een 'linkse hobby'. Moeilijkdoenerij voor mensen in een zwarte coltrui. En dat is jammer.*

*Kunst is een ruim begrip. Popmuziek en fotografie bijvoorbeeld, film en straattheater, musical en cabaret vallen daar ook onder. Kunst is eigenlijk alles dat mensen maken waar zij, jij of anderen door geraakt worden. Kunst maakt vrolijk of ontroert. Kunst brengt gesprekken op gang. Kunst zegt de dingen die zo lastig in gewone taal te vatten zijn. Kunst brengt mensen samen. Kunst is ontspannen en even ontsnappen uit het dagelijks bestaan. Weet je nog wat je miste tijdens de lockdowns? Bioscoopbezoek misschien, een avondje livemuziek, je dansles, fotocursus of even naar de bieb voor poëzie of een stripboek? Daar is niks elitairs aan. Dat wordt het pas als het voor gewone mensen onbetaalbaar wordt.*

*Kortom, haal je hart op. Kunst doet ertoe. En kunst is van ons allemaal.*

Stadsdichter Yanaika Zomer schreef het gedicht Gunstenaar ter inleiding van het cultuurdebat op het congres 'Het geheim van Den Helder', in opdracht van Zeestad B.V.

## In de media

Regio Noordkop

Rodi



# 4 Festivals, evenementen & specials

Gedurende het hele jaar zorgen we voor inspirerende en vermakelijke specials en evenementen. Hieronder een opsomming van wat er heeft plaatsgevonden:

## Rondo Musica en Rondje Kleinkunst

Namens de Vrienden van Den Helder waren we medeorganisator van Rondo Musica en Rondje Kleinkunst. Op 4 cultuurlocaties in de stad staan er 4 verschillende artiesten. De bezoekers lopen van locatie naar locatie. Altijd een succes en een heerlijke zondagmiddag.

## Urban Culture Festival

Op zaterdag 4 en zondag 5 februari veranderde de unieke locatie De Kampanje in één grote Urban playground met ruim baan voor alles wat de nieuwe generatie beweegt. Van spectaculaire urban sportwedstrijden op een skatebaan tot street culture performances en verrassende optredens. De organisatie ontving actieve deelnemers met toppers in verschillende disciplines, bezoekers en passanten. Het Urban Culture Festival bood een uniek podium voor zowel beginnende als gevestigde talenten en initiatieven in verschillende street culture genres. Iedereen kon aanhaken en op eigen niveau meedoen. Onderdelen waren Afrodance, Breaking, Graffiti, Capart, HipHop, Street Art, Streetdance en Spoken Word. Highlight waren de Helderse Dance Demo door diverse Helderse Dansgroepen, skaten, BMX demo's en workshops door Nederlands Kampioen Dez Maarsen, demo's en workshops van wereldkampioen freestyle football Nasser El Jackson, Afrodance workshop door Precious Alvarez en de voorstellingen van Oxygen en ISH. Het festival werd geïnitieerd door de Kampanje en medegeorganiseerd door Team Sportservice Den Helder, Rik Niks, House of Dance, Triade en Jongerenwerk Den Helder.

## Lieve Hemel Festival

Op Hemelvaartsdag vond voor de tweede keer het Lieve Hemel Festival plaats, georganiseerd door de Vrienden van Den Helder waar De Kampanje onderdeel van uitmaakt. Op Fort Westoever kwamen honderden bezoekers samen om te genieten van dit gratis Parade-achtige festival.

## JOC weekend

Voor de tweede keer werd in opdracht van het JOC (Jeugd Onderwijs en Cultuurfonds) het JOC weekend georganiseerd in het eerste weekend van de zomervakantie. Gratis voorstellingen voor basisschoolleerlingen die hun vakantie goed willen beginnen. Want wat is er nou beter om die 6 weken "even niets" te starten met verwonderen, verbazen, ontsnappen en hun fantasie te prikkelen.

Een oneindige grenzeloosheid van fantasie is geweldig voor de ontwikkeling van kinderen. Fantasie is eigenlijk 'outside-the-box' denken. Het stimuleert het probleemoplossend vermogen van kinderen, het bedenken van nieuwe mogelijkheden en de vaardigheid om dingen vanuit een ander perspectief te zien. Het maakt kinderen emotioneel beheerst, creatief, sociaal, empathisch en divergente, kritische denkers.

Het JOC en de Kampanje stimuleren graag de fantasie van alle kinderen, juist van diegene voor wie theater geen vanzelfsprekendheid is!

Voor alle leeftijden waren er voorstellingen: Pim & Pom vieren feest, Steven Kazan, Professor S en Hans en Grietje.

## Helders Bier Festival

Samen met Robert Koppen organiseerde De Kampanje voor alle bierliefhebbers uit Den Helder en omgeving het Helders Bier Festival. Vele mannen én vrouwen genoten met volle teugen van de diverse bieren van de meer dan twintig nationale en internationale brouwers. Een mooi evenement dat weer een heel ander publiek trekt dan onze andere evenementen en voorstellingen.

## Zomerdromen

Op 3 september konden mensen voor de 17de keer genieten in het Timorpark van Zomerdromen. Duizenden mensen kwamen kijken bij de diverse kraampjes, luisteren naar de heerlijke muziek, en genieten van hapjes, drankjes en leuke activiteiten. Het is altijd een evenement waar mensen elkaar na de zomer weer ontmoeten en bijpraten. Supergezellig!

## Pietenfabriek

Traditiegetrouw werd eind november de Stadshal weer omgebouwd tot een Pietenfabriek. In samenwerking met Stichting Hoofdkwartier Sint en Kerstman liepen er wel 40 pieten rond om de 500 peuters en kleuters te helpen hun pietendiploma te behalen. Op het Marieke Dunselmanplein konden ze heerlijk hun eierkoek versieren, er werd geknipt en geplakt, gegooid en gestrooid. Elk jaar volledig uitverkocht en dus een groot succes.

## Winterdromen

Lekker slenteren in de Koninklijke Marine Stadshal langs de kraampjes met kerstspullen, mooie bloemstukken of cadeautjes. Wat lekkers kopen op het foodplein of genieten van de modeshow; het zijn de ingrediënten van Winterdromen die altijd garant staan voor een succes.

## Proeverijen

Naast een whiskyproeverij werd er een bier- en wijnproeverij gehouden in het café van de kleine zaal. Heerlijke speciaalbieren, rode en witte wijnen werden geproefd door liefhebbers. Uiteraard werden favorieten gekocht en meegenomen om thuis verder te genieten.

## Pubquiz

In het najaar was er een gewone pubquiz en in de laatste week 2023 was de traditionele Oliebollenquiz. Meer dan 120 quizzers braken hun hoofd over sport-, muziek-, algemeen- en politieke vragen. Een gezellige avond om het jaar mee af te sluiten.

## Sail

Eind juni, begin juli was er Sail in Den Helder. Naast het bewonderen van Tallships was er entertainment op het Sailterrein dat onder andere Willemsoord omvatte. Onze technici mochten het grote podium van techniek voorzien. Ook was De Kampanje ingericht als rustruimte. De vergaderzaal was ingericht met een hoog-laagbed en relaxstoelen om te rusten, weg te zijn uit de prikkels van het evenement. In de Kampanje zelf was er een crewparty en diverse bedrijven maakten gebruik van de Kampanje als uitvalsbasis om hun personeel te laten genieten van dit nautische evenement.

## Gouwe Ouwe

Al een tijdje wilde De Kampanje iets doen tegen de eenzaamheid. In 2023 werd dé manier gevonden om een steentje bij te dragen aan dit maatschappelijke probleem. Ieder theaterseizoen organiseren wij vanaf 2023 vier betaalbare (entreprijs €5,- incl. thee/koffie en hapjes) Gouwe Ouwe middagen. 250 eenzame ouderen kunnen dan genieten van de heerlijke live muziek van de Gouwe Ouwe band. Tijdens de eerste twee edities werd er gedanst, meegezongen en genoten van een advocaatje met slagroom. Er stonden ook kraampjes van andere organisaties uit Den Helder die activiteiten organiseren voor ouderen. Een super geslaagde middag met ondersteuning van Gemeente Den Helder.

# 5 Cultuur kleurt het leven

De Kampanje staat midden in de samenleving. Dat zie je aan de verschillende doelgroepen die ons theater bezoeken. Dat is ook de opdracht die wij krijgen van de gemeente Den Helder via een Beleidsgestuurde Contract Financiering.

De Kampanje draagt volop bij aan de Visie en het beleidskader van de gemeente Den Helder 'Cultuur kleurt het leven'.

## Concrete bijdrage

Minimaal 20% van de voorstellingen die er waren, was [mede] gericht op de jeugd tot 18 jaar. Van de 152 professionele voorstellingen waren er 65 speciaal voor kinderen of jongeren bestemd of zeker geschikt. Daarnaast waren er nog 34 podiumkunstartiviteiten die ook zeker voor deze doelgroep geschikt waren.

Triade boekte de schoolvoorstellingen voor het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs. De Kampanje stelt voor deze theatervoorstellingen voor het onderwijs het theater en haar technische faciliteiten beschikbaar. In 2023 waren er 15 schoolvoorstellingen voor het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs.

De Kampanje vervult, samen met Triade en de KopGroep Bibliotheken, een actieve steunfunctie naar verenigingen op het gebied van amateurkunst. Hoewel door de coronaperiode het amateur verenigingsleven behoorlijk onder druk staat, kwamen er in 2023 weer amateurs op het toneel. Diverse ballet- en dansscholen konden hun jaarlijkse uitvoering door laten gaan.

Bij de Windkracht 13 sessies konden amateurmuzikanten, soms in samenwerking met professionele muzikanten, hun kunsten tonen. Deze zondagmiddagen zijn een mooie aanvulling op het bestaande programma. Er is een topaanbod aan culturele voorzieningen en activiteiten.

De Kampanje bood in 2023 151 professionele voorstellingen aan, waarbij een brede variatie aan kunstdisciplines tot uiting komt. Zoals in de hoofdstukken Samenwerken en Festivals, evenementen & specials is genoemd, verzorgen wij of werkt de Kampanje mee aan culturele activiteiten en evenementen in samenwerking met andere partners in de stad.

Onder het hoofdstuk Professionele podiumkunsten en Sociaal-culturele verhuur is te lezen dat de Kampanje een podium biedt aan gezelschappen en regionaal talent om zich te presenteren.

## Cultureel ondernemerschap

Ook in 2023 zette de Kampanje cultureel ondernemerschap in en zocht naar inkomsten buiten de subsidie. Naast de zakelijke dienstverlening gebeurde dit door 'De Vrienden van de Kampanje'. Er zijn 410 lidmaatschappen afgesloten en dat is voor het merendeel voor 2 personen. Ieder jaar verwelkomen we weer nieuwe vrienden. Van de lidmaatschappen is in 2023 het volgende betaald:

- Voorbesprekingen/inleidingen als randprogrammering bij bepaalde voorstellingen
- Presentje artiesten
- Een bijdrage voor de zonnepanelen

De Kampanje heeft ook een Business Club. Leden zijn bedrijven die cultuur en de Kampanje een warm hart toe dragen en in een informele sfeer met elkaar in contact komen. De Business Club is een club van zakenmensen die regelmatig te vinden is in de Kampanje, zowel privé als zakelijk. Dit jaar kwamen ze samen bij Veldhuis & Kemper, Iris Hond en de Ongeplukte Zusters.

De Kampanje had ook in 2023 mooie partnerschappen met bedrijven uit Den Helder en omgeving, zoals de Rabobank, Koninklijke Marine en Variopool.

# 6 Commerciële en sociaal-culturele verhuur

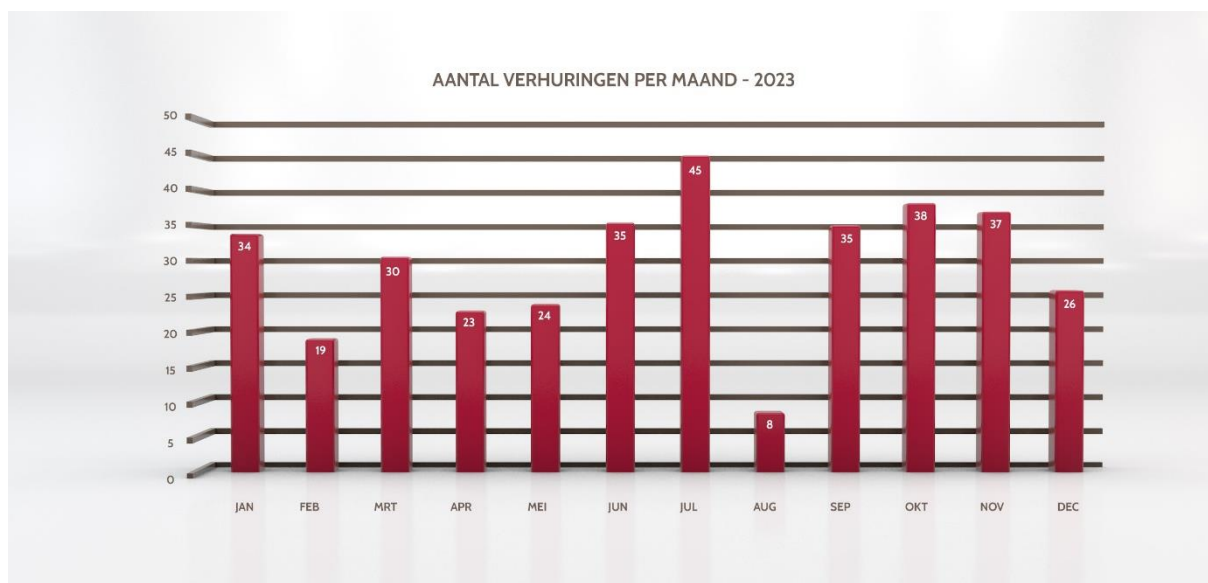
Wij ondersteunen de lokale en regionale amateurverenigingen en de maatschappelijke organisaties met onze kennis, kunde en faciliteiten. Daarnaast bieden wij onze diensten aan voor commerciële activiteiten, waarvan de opbrengsten een positieve financiële bijdrage kunnen leveren aan de culturele doelstellingen.

2023 was in alle opzichten voor de commerciële en sociaal-culturele verhuur een mooi jaar.

*Leuke weetje: donderdag is de populairste dag voor verhuringen, gevolgd door woensdag.*

## Algemene informatie 2023

- 354 verhuringen [341 in 2022]
- 117 verschillende zakelijke huurders [142 in 2022]



## Sociaal culturele verhuur - Highlights

Lokale en regionale sociaal-culturele organisaties met een maatschappelijke doelstelling ontvangen een korting van 30% op de zaalhuur en onze technische faciliteiten. Tevens betalen zij een aangepast tarief voor personele inzet van onze theatertechnici. In 2023 hebben 59 organisaties gebruikt gemaakt van deze korting.

Dansscholen House of Dance, Rik Niks Bodylanguage, Dance Star Studio's en Dutch Dance Centre voerden allemaal hun eindshow op in De Kampanje. Hierbij was de Grote zaal tot drie keer toe volledig uitverkocht [2x bij Dutch Dance Centre en 1x bij House of Dance]. Waar Dance Star Studio's in 2022 nog de middenzaal reserveerde, vulde de dansschool dit keer voor een groot gedeelte de Variopoolzaal. In totaal genoten ruim 3.150 toeschouwers van de danskunsten van hun familie of

vrienden. Ook Triade beleefde een zeer succesvolle dag in de Stadshal bij de dans experience van Mysterie in het Museum.

Twee theatergroepen huurden voor een langere aaneengesloten periode de Variopoolzaal voor een montage van een nieuwe voorstelling. In februari huurde Dutch National Opera & Ballet voor zes dagen de grote zaal voor de montage van 'Ändere die Welt'. Theatergroep De Warme Winkel gebruikte in oktober negen dagen de Grote zaal voor de montage van hun productie 'Freaky Friday Face Off' en eindigde met een doorloop met publiek waarbij alle Vrienden van de Kampanje uitgenodigd waren.

Team Sportservice organiseerde zelf 3 mooie activiteiten in ons theater waar ook de Kampanje haar steentje bij droeg: Het Sportgala in januari, de Lichtjesloop in oktober en in december de humoristische theatervoorstelling 'Kom op nou jongens'. De voorstelling was voor vrijwilligers, bestuurders van sportverenigingen en ouders met als doel een positieve bijdrage te leveren aan een sportklimaat met betere prestaties en minder incidenten, minder afhakers en meer vrijwilligers. Ook was Team Sportservice betrokken bij de voorstelling 'Dromen Vangen', in samenwerking met Hollands Kroon. Deze voorstelling vond ook in december plaats, in de Kleine zaal. En op sportief gebied heeft de Halve van Den Helder ook in de Kampanje een vaste partner gevonden, waarbij we start- en finishlocatie zijn.

Ook de scholen waren goed vertegenwoordigd. In maart werd er door Sarkon een studiedag bij ons georganiseerd waarbij alle leraren vertegenwoordigd waren en in november vond de VSO-pro dag van het Regius College plaats in onze Stadshal. Ook heeft Samenwerkingsverband Kop van Noord-Holland een kick-off georganiseerd in de grote zaal. Maar ook de scholieren kwamen vaak over de vloer in de Kampanje. De leerlingen van de musicalklas van Scholen aan Zee voerden viermaal hun eigen musical 'Anastasia' op in de kleine zaal. Waar zowel zij, als het genodigde publiek enorm van genoten. De eindexamenleerlingen van de Mavo en het Lyceum aan Zee konden in juli weer rekenen op een onvergetelijk moment door in de Kampanje hun diploma op te halen en voor het laatst met hun klas bijeen te komen. Drie groepen 8 van verschillende basisscholen hebben tevens een memorabele afsluiting kunnen ervaren van hun schoolperiode. Zij mochten hun eindmusical opvoeren op het podium van de grote zaal. Sinds enkele jaren bieden we een aantal scholen tegen een zeer gereduceerd tarief deze mogelijkheid, zodat deze jonge doelgroep kennis kan maken met het theater.

Op muzikaal gebied trad Winnubst in april op met The Music Calls en in september samen met Triade in het kader van 75 jaar vrijheid met een vertelconcert over een heftig Holocaust verhaal. In juli was Triade al aanwezig met de einduitvoering van de Muziekschool. Tot slot zijn wij enorm trots dat de Traditionele Schepenbeurs in november weer voor ons als locatie heeft gekozen. Een lang weekend was de Stadshal dé ontmoetingsplek voor iedereen die geïnteresseerd is in traditionele schepen, maritieme ambachten, cultuur en historie, en daar meer over wilde weten.

Samengevat kijken we terug op een jaar met een verscheidenheid aan sociaal-culturele verhuringen en hopen wij deze duurzame relatie voort te zetten door ze in het nieuwe jaar opnieuw te ontvangen.

## **Commerciële verhuur – Highlights**

Na een succesvol Waddencongres in 2016, vond eind juni (de maandag voorafgaand aan Sail) wederom het Waddencongres in De Kampanje plaats. Een congres met ruim 280 bezoekers en standhouders. De dag bestond uit een plenair gedeelte, een projectenmarkt en een middagprogramma met excursies op en rond Willemsoord. Naast het Waddencongres liep een

separaat programma voor ministers, waarbij we minister Van der Wal en minister Jetten hebben mogen ontvangen in De Kampanje. De organisatie kijkt wederom positief terug op de samenwerking met De Kampanje: "Ontzettend bedankt voor de samenwerking. Het was voortreffelijk. De afstemming en communicatie met de eventmanager verliep heel soepel en klantgericht. Bedankt daarvoor. Op zondag en maandag zelf hebben we ons heel erg welkom gevoeld in De Kampanje met zoveel gastvrijheid en flexibiliteit. En alles was ook nog eens dik in orde. We weten jullie te vinden als weer naar Den Helder gaan."

Sail Den Helder heeft een lange traditie en maakt deel uit van de maritieme cultuur van Nederland. Als Kampanje zijn we dan ook heel trots dat wij een belangrijke schakel vormen binnen dit evenement. Van de Crewparty op vrijdag met 800 feestende bemanningsleden, het Waterstofcongres van Ontwikkelbedrijf Noord-Holland Noord, het 'bruinenbonen-diner' voor het Varend Erfgoed op zaterdag tot de uitvalsbasis voor de familiedag van de Woningstichting tijdens Sail met als afsluiting een heerlijk diner op het podium van de Grote zaal. Daarnaast fungeerde ons Theatercafé als crewcafé en werden diverse ruimtes gebruikt voor de artiestenbegeleiding van het buitenpodium waar wij als Kampanje de bouw van het podium en techniek volledig voor verzorgden.

Tijdens het RPAHNN-congres in november ging men op zoek naar hoe ze onze arbeidsmarkt toekomstbestendig kunnen maken. Interactie, verbinding en samenwerking stonden centraal. De 300 geïnteresseerden gingen met elkaar aan de slag voor een werkende arbeidsmarkt. Met een fantastisch compliment na afloop: "Altijd een fantastisch gevoel bij een event in de Kampanje. Al meerdere keren hebben wij met het team van de Kampanje een event georganiseerd. Voor medewerkers, maar ook voor klanten. Ze staan open voor nieuwe ideeën en zijn altijd bereid om mee te denken. Een fijne samenwerking en een kwalitatief goede catering in een prachtig gebouw. Kortom: onbezorgd genieten, ook voor ons als organisator."

Na drie jaar uitstel door COVID vonden in november dan ook eindelijk de Landelijke Stranddagen plaats in Den Helder. De strandexploitanten kregen in de kleine zaal en diverse workshopruimtes alle ins en outs te horen over de kansen en mogelijkheden van het toerisme en recreatie naar de kust. De dag weg betoverend afgesloten met een heus 'onderwater-diner'

Nog een evenement welke door COVID wat vertraging heeft opgelopen. Na een paar verplaatsingen vond in november eindelijk de bedankavond plaats voor de vrijwilligers van het Noordwestziekenhuis. De gehele organisatie lag bij ons in handen, waarbij we kijkend naar de (iets oudere) doelgroep een passend entertainment programma hebben samengesteld, namelijk: de musical dinnershow aan ronde tafels in de Stadshal met als afsluiter de Ouderentour (inclusief uitgeserveerd diner voor 240 personen). De Stadshal stond op zijn kop, inclusief polonaise. De opdrachtgever was zeer dankbaar dat wij iets hebben uitgezocht dat zó goed aansloeg bij de vrijwilligers. Ze krijgen nog steeds veel complimenten over de leuke avond.

In december beleefde nieuwe klant Bluestream een 'Kerst zonder zorgen' zoals de personeelsvereniging dit zelf noemde. Hun personeelsfeest in de Kampanje was een enorm succes. Wat blijkt uit de mooie reactie van ze na afloop: "Ze denken met je mee, ze organiseren het super en het is eigenlijk gewoon helemaal top geregeld. Dus een topfeest gehad zonder zorgen met of alles goed gaat en geregeld is. Zouden het elk jaar wel op deze manier willen!! :)".

Met trots kunnen we ook eind 2023 concluderen dat de Kampanje veel tevreden én terugkerende klanten heeft, waarbij ook de duurzame relatie met o.a. Gemeente Den Helder, Koninklijke Marine, Omring, Snelstart, Neptune Energy en Noordwest Ziekenhuisgroep zeer waardevol te noemen is.



## **Stoom 2023: Verduurzamen en digitaliseren.**

Wij hebben in restaurant Stoom gewerkt aan verduurzaming en digitalisering. In mei zijn we overgegaan naar ons online reserveringssysteem via onze website. Nu kunnen de gasten via onze website een tafel reserveren en ontvangen hiervan direct een bevestiging. Waar we eerder alle reserveringen telefonisch of via e-mail aannamen, staat nu alles automatisch in ons systeem. Wij wijzen de tafels toe en kunnen zo de hoeveelheid gasten beter overzien. Hiermee verdween de papieren agenda.

Daarnaast is de apparatuur in onze keuken zo aangepast dat wij niet meer aangesloten zijn op gas maar volledig gebruik maken van elektra. Onze brigade werkt vooral met verse, lokale streekproducten, is scherp op het tegengaan van voedselverspilling en altijd op zoek naar duurzame materialen voor gebruik en verpakking.

In augustus hebben wij qua digitalisering onze keuken voorzien van 5 led schermen. Deze schermen laten zien wat de bestellingen aan tafel van de gasten zijn en de keuken kan per menugang zien wat er op het moment gemaakt moet worden. Door deze maatregel zijn wij af van de bonnenprinter. Zo zijn wij duurzamer gedigitaliseerd.

Binnen ons team zijn er ook dit jaar weer verschillende trainingen gedaan en opleidingen gevolgd. De medewerkers die nog niet in het bezit waren van hun sociale hygiëne hebben deze cursus gevolgd en gehaald. We hebben onze jaarlijkse wijntraining gehad en verschillende medewerkers zijn naar de Heineken experience geweest om het tappen van bier nóg beter in de vingers te krijgen. Buiten dat je hier een heleboel van leert is het voor de spirit binnen het team ook goed om zulke trainingen met elkaar te volgen.

We kijken met trots terug op een fantastisch jaar voor Stoom! 7 dagen per week open, 364 dagen per jaar (01 januari uitgezonderd) onze gasten hoeven zich niet af te vragen of Stoom open is, Stoom is gewoon open.

Als team kijken we met veel plezier terug op 2023 met veel hoogtepunten en mooie feesten en partijen en het grote evenement Sail '23. Wij kijken uit naar 2024.

# Marketing

## Terug naar een glossy gids

Waar we begin 2023 nog gebruik maakten van ons flexibele promotieplan, omdat we voor seizoen 2022/2023 geen theatergids gemaakt hadden vanwege de onzekerheden rondom COVID, zijn we voor seizoen 2023/2024 weer volop aan de slag gegaan om een mooie glossy gids te creëren. Wat hebben we daar goed aan gedaan, want de bezoekers hadden de gids echt gemist. Waar de theaterbranche eerst nog twijfelde of de complete gids na de COVID-periode nog terug zou komen, blijkt dat je soms kunt constateren dat het 'oude' ook gewoon goed was. De nieuwe gids kreeg een nieuwe huisstijl en overzichtelijke inhoud. De theatergids werd gestuurd naar bezoekers die de afgelopen drie seizoenen tickets hebben gekocht voor professionele voorstellingen. Potentiële bezoekers hebben we weten te bereiken via spreads in diverse weekbladen en driehoeksborden langs de weg. De theatergids was ook verkrijgbaar bij de theaterkassa en lag bij de diverse bibliotheken in de Noordkop

## Campagne uitgelicht: van idee tot AI-campagne

*Innovatieve marketingcampagne in samenwerking met creatief bureau Druktemaker*

Om op de hoogte te blijven van de actuele ontwikkelingen heeft het PR/Marketing team een workshop én Masterclass AI van bureau Druktemaker gevolgd. Daar is een innovatieve marketingcampagne uit voortgekomen, die we eigenlijk al tijdens de corona-lockdown bedacht maar niet uitgevoerd hadden vanwege de hoge kosten voor acteurs, styling, visagie, fotografie, enz. Dankzij generatieve AI was het nu mogelijk om deze campagne tot leven te brengen tegen een fractie van de kosten.

De beelden van de campagne, genaamd 'Dat is wat theater met je doet!', zijn gecreëerd met behulp van generatieve AI en geven de verschillende emoties van theaterbezoekers weer. Het is bijna onvoorstelbaar dat de hoofdpersonen op de beelden door een computer zijn gegenereerd.

Het doel van de campagne was om mensen te raken met aansprekende quotes die de emotie tijdens een theaterbezoek herkenbaar beschrijven. Het is een bewijs van de kracht van moderne technologieën om hoogwaardige campagneconcepten betaalbaar te maken. Met generatieve AI als instrument zijn de creatieve visie en het vertellen van verhalen op een geheel nieuwe manier gerealiseerd.

## Behoud het goede, maar sta open voor verandering

De glossy gids kwam terug, maar andere veranderingen die we door de COVID-periode geleerd hadden bleven. Zo startten we de kaartverkoop voor het nieuwe seizoen later (eind mei i.p.v. begin mei), zodat we de focus zo lang mogelijk op de nog te verkopen voorstellingen van het lopende seizoen konden richten. De previewavond verplaatsten we van het start kaartverkoopmoment in april/mei naar de start van het theaterseizoen in september om nog een extra promotiemoment voor het nieuwe seizoen te creëren. Dit alles resulteerde in hele mooie verkoopcijfers voor 2023.

Eind seizoen 22/23:	31.482	[jan – juni 2023]
Begin seizoen 23/24:	18.293	[sept – dec 2023]
<b>Totaal:</b>	<b>49.775</b>	

Van januari tot en met juni 2023 hebben we ruim 31.000 [31.482] bezoekers bij onze reguliere theatervoorstellingen mogen ontvangen. Van september tot en met december, en dus het begin van theaterseizoen 2023/2024 waren dit er ruim 18.000 [18.293].

## Online marketing

De trend die we zien is dat er steeds vaker 'last-minute' tickets voor voorstellingen gekocht worden. Dit vraagt om een aangepaste marketing aanpak. De rol van social media campagnes wordt steeds groter en de focus ligt daarbij grotendeels op de voorstellingen die binnen een periode van 2 weken plaatsvinden. Online kan je snel schakelen en tevens heel gericht een bepaalde doelgroep bereiken. Dit resulteerde in betaalde én onbetaalde Facebook- en Instagramcampagnes en een geoptimaliseerde Google AdWords campagne met ondersteuning van Druktemaker. Dit alles uiteraard als aanvulling op onze website, digitale nieuwsbrieven en offline campagnes.

## Social Media 2023

Facebook	.559	[2022: 5.858 +29%]
Instagram	2.474	[2022: 2.210 +12%]
LinkedIn	461	[2022: 411 +12%]
TikTok	307	[2022: 79 +288%]

## Website 2023

Unieke gebruikers:	159.214	[2022: 128.551 +24%]
Bezoeken:	295.837	[2022: 245.027 + 21%]

De grote stijging is te verklaren doordat in 2022 de voorstellingen grotendeels volgens de reguliere programmering konden doorgaan. Door beperkingen was dit in 2021 niet het geval. Dat resulteerde toen ook in minder websitebezoek.

## Google Adwords

Vertoningen van advertenties	42.441	[2022: 46.625 -8.97%]
Klikken naar de website:	13.594	[2022: 11.572 +17%]
Gemeten conversies*	588	[2022: 784 - 25%]

\*[boekingen] binnengehaald via Google Adwords t/m juli

Google Grants budget*	\$ 8.581,47	[2021: \$ 9.089,10 -5.59%]
-----------------------	-------------	----------------------------

\*gebruikt voor advertenties [kosteloos beschikbaar gesteld voor culturele instellingen]

In juli 2023 heeft iedereen wereldwijd een switch gemaakt van Google Universal Analytics naar Google Analytics 4. Vanaf dat moment zijn de conversies voor aankopen niet meer goed binnengekomen. Daarom is het aantal gemeten boekingen (conversies) lager dan 2022.

## **Promotie van De Kampanje als inspirerende eventlocatie**

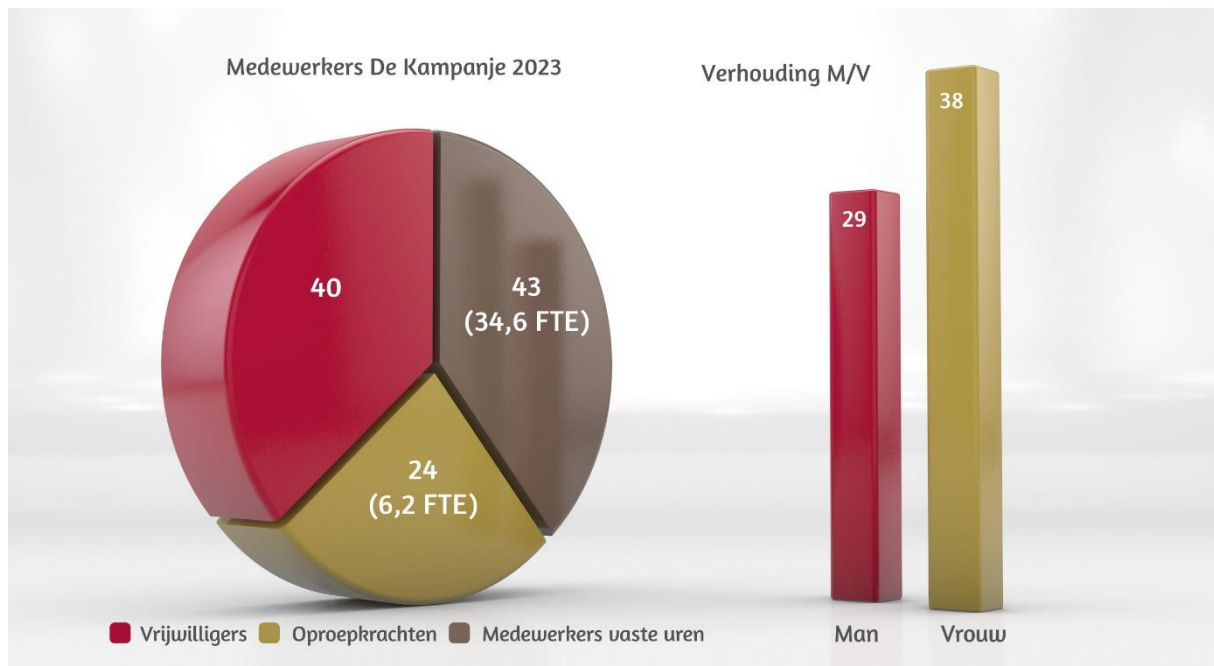
Tijdens Sail hadden we een event georganiseerd voor 50 landelijke eventmanagers om een kijkje te nemen achter de schermen bij Sail en meteen De Kampanje als eventlocatie te promoten. Dit was een zeer geslaagd event waarbij de gasten onder de indruk waren van De Kampanje, de mogelijkheden van de locatie én het Willemsoord-terrein. Onze bestaande en potentiële zakelijke klanten informeren wij vier keer per jaar door middel van een e-nieuwsbrief over de ontwikkelingen op het gebied van verhuur bij ons theater. Tevens lichten we in de nieuwsbrief een aantal events uit ter inspiratie.

Daarnaast zijn we actief op LinkedIn en aangesloten bij diverse (landelijke) platforms zoals Platform Cultuur Locaties en Genootschap van Eventmanagers. Onze zakelijk eventmanagers bezoeken veelvuldig bijeenkomsten om Theater de Kampanje zowel in de regio als ook buiten de Noordkop op de kaart te zetten en om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen op het eventgebied. Voor de vergroting van onze naamsbekendheid en het werven van klanten zijn we actief onderdeel van Event Inspiration, hét startpunt voor iedereen die events organiseert. Met advertising en een aantal mooie inhoudelijke artikelen over grote events die in de Kampanje hebben plaatsgevonden hebben we getracht eventmanagers te inspireren met de mogelijkheden van ons locatie.

## **Ticketing**

Het afgelopen jaar hebben we vastgehouden aan de succesformule die we in voorgaande jaren hebben ontwikkeld. Door middel van ons geïntegreerde Itix (ticketingsysteem) en Peppered (website) hebben we de online kaartverkoop verder gestroomlijnd, waardoor klanten gemakkelijk en efficiënt kaarten kunnen reserveren. Een leuke toevoeging is bijvoorbeeld dat klanten op een later moment een arrangement kunnen bijboeken via hun online agenda. Omdat een wachtwoord invoeren niet meer verplicht is, is ook het inloggen op de website versimpeld. We erkennen dat sommige van onze trouwe bezoekers de voorkeur geven aan persoonlijke assistentie en we zijn vastbesloten om hen op de 'ouderwetse' manier van dienst te zijn. Om deze reden zijn we op de werkdagen van 09.00-17.00 uur geopend. Ook om zo de zakelijke klanten goed te kunnen bedienen. Met een oog op de toekomst blijft onze partner Itix niet stilstaan en zijn zij bezig met het ontwikkelen van Smarttickets. Dit stelt ons in de toekomst in staat om voor bepaalde voorstellingen extra veilige e-tickets aan te bieden. We zien met vertrouwen een nieuw seizoen tegemoet.

## 8 Personeel & organisatie



- Eind 2023 waren er 67 medewerkers en 40 vrijwilligers werkzaam binnen Theater de Kampanje.
- Verhouding personeelsbestand: 64% vaste schil (2022 60%) en 36% (2022 40%) flexibele schil.
- Totaal 40,8 fte.
- Per 31 december 2023 was 1 medewerker minder in loondienst ten opzichte van het kalenderjaar 2022 [totaal 68].

Het lukt ons ondanks de huidige arbeidsmarkt vacatures en extra hulp goed binnen Theater de Kampanje op te vangen. Wij hebben 23 medewerkers welkom geheten en van 24 medewerkers afscheid genomen, voornamelijk oproepkrachten binnen de horeca.

Ook in 2023 hebben wij het waargemaakt een bijdrage te leveren aan onze maatschappelijke rol. Wij zijn een erkend leerbedrijf en praktijkopleider en willen dat ook graag blijven. Bij alle disciplines binnen Theater de Kampanje zijn leerlingen en stagiaires aan het werk. Wij investeren graag in het begeleiden en ontwikkelen van leerlingen door hen de fijne kneepjes van het vak te leren en aan te moedigen om het beste uit zicht zelf te halen zowel op het professionele als persoonlijke vlak. Aan de andere kant kunnen wij ons als werkgever profileren waardoor de leerling na zijn studie ervoor kiest om voor ons theater te komen werken. In 2023 zijn 2 BBL leerlingen, 5 BOL stagiaires, 2 maatschappelijke stagiaires en 2 stagiaires van het speciaal onderwijs bij ons aan de slag geweest.

Daarnaast willen wij een diverse en inclusieve organisatie zijn door het creëren van een werkomgeving waarin iedereen welkom is en zichzelf kan zijn. Meerdere medewerkers met een multiculturele achtergrond werken bij ons. Daar zijn we trots op!

## Leidinggevende- en staffuncties

De leidinggevende- en staffuncties in Theater de Kampanje werden op 31 december 2023 vervuld door de volgende medewerkers:

Directeur	Arjaen Kersten
Programmering voorstellingen	Kim Spaans-Smit (i.s.m. Arjaen Kersten)
Events, Relatiebeheer & Sponsoring	Kim Spaans-Smit
Ticketing & Publiekservice	Linsey Kwast
Theatertechniek & Gebouwen	Nico Hokke
Huishouding	Miriam Smit-Smeulders
Coördinatie horecavoorziening Theater & Events	Marcus Copier
Chef-kok Restaurant Stoom & Events	Marcel Boshoven
Restaurantmanager Stoom	Nancy Guijken
Marketing, Publiciteit, Sales & Acquisitie	Yvonne Koning-Schenk
Administratie & Financiën	Roy Koster
Personeel & Organisatie	Carolien Bakker-Voors

In 2023 bekleedde de directeur de volgende nevenfuncties:

- Lid van de onderhandelingscommissie CAO Nederlandse Podia
- Bestuurslid Koninklijk Horeca Nederland afdeling Den Helder
- Bestuurslid Stichting Arbo & Podiumkunsten

*[bovengenoemde functies zijn allemaal onbezoldigd]*

## CAO

Voor Theater de Kampanje is de geldende CAO Nederlandse Podia van toepassing. De directeur wordt conform de Richtlijn bezoldiging directeuren private theaters en concertgebouwen van de Vereniging van Concertgebouwen en Theater Directies beloond en de medewerkers conform de CAO Nederlandse Podia. Jaarlijks wordt een ontwikkel- en evaluatiegesprek gevoerd met de medewerkers gevoerd. De vergoedingen van de leden van de raad van Toezicht vallen binnen de richtlijnen van de Governance Code Cultuur.

## **Verzuim**

Het verzuimpercentage bedroeg ultimo 2023 6,08%. Ten opzichte van 2022 is dit een stijging van 0,23%. Het hogere verzuimpercentage is te verklaren door twee medisch langdurig zieke medewerkers (5,63%). Het overige verzuim is kort en verspreid over de afdelingen.

## **2023, samen werken aan versterken!**

Dit jaar hebben wij ingezet om een verdiepingsslag te maken op het gebied van de tevredenheid van onze medewerkers en vrijwilligers. Hiervoor hebben wij de Werkbelevingsscan uitgezet. Belangrijke thema's zoals o.a. communicatie, samenwerken, betrokkenheid, werkomstandigheden, werkplezier en persoonlijke ontwikkeling kwamen aan de orde. Dat het met de algehele tevredenheid over het werken bij de Kampanje goed zit, geeft de score aan een 7,8! Met de resultaten gaan we in 2024 mee aan de slag.

**Onze medewerkers en vrijwilligers hebben met veel inzet en passie een grote bijdrage geleverd aan het succesvolle jaar 2023 van de Theater de Kampanje!**

## 9 Raad van Toezicht

*'De resultaten, zowel van het culturele deel als zakelijk, en de vakkundigheid en betrokkenheid van directie en medewerkers, rechtvaardigen het [...] om met een zonnige blik naar 2023 te kijken.*

'Met dit optimistische geluid keek de Raad van Toezicht (RvT) van schouwburg De Kampanje in zijn jaarverslag 2022 alvast vooruit naar het jaar erop. Een optimisme dat nu, terugblikkend, gerechtvaardigd bleek. Voor het eerst sinds de coronamaatregelen bood De Kampanje voor het seizoen 2022-2023 weer een kwalitatief en kwantitatief volwaardig programma aan. De naar cultuur snakkende inwoners van de Kop van Noord-Holland wisten dat te waarderen.

Dat bleek al bij aanvang van 2023, toen de voorstellingen van Bouke Scholten en de Elvismattersband in een mum van tijd volledig uitverkocht waren. De directie, die de Raad van Toezicht met frequente updates op de hoogte hield van de bedrijfsvoering, kon in mei 2023 dan ook melden dat aan het einde van het seizoen de doelstellingen qua kaartverkoop gehaald waren. Sterker, uiteindelijk kwam De Kampanje uit op 106% van de prognose. Klinkende cijfers die nog versterkt werden door de sterke aanwas aan nieuwe Vrienden van De Kampanje en de financiële resultaten. Ook het nieuwe theaterseizoen 2023-2024 liet qua kaartverkoop een vliegende start zien.

In 2023 is het de directie gelukt om in goed overleg met de directie en medewerkers van Willemsoord B.V. en ondersteund door de gemeente Den Helder concrete afspraken te maken over de aanpak van achterstallig onderhoud en het herstel van gebreken aan het monumentale pand van de Kampanje. In de komende jaren is het de bedoeling om in samenwerking met Willemsoord B.V. belangrijke stappen te zetten om de staat van onderhoud weer op niveau te krijgen. De Raad van Toezicht is positief gestemd over deze ontwikkeling en hoopt dat met deze afspraken een complex dossier dat invloed begon te krijgen op een goede en veilige bedrijfsvoering in rustiger vaarwater komt.

De RvT van De Kampanje kwam in het verslagjaar in totaal 7 keer bijeen. Eén bijeenkomst stond geheel in het teken van zelfevaluatie, waarbij rol en functioneren van de Raad tegen het licht werden gehouden.

De RvT liet zich in het verslagjaar bijpraten door twee vertegenwoordigers uit de wereld van de theaterproducties over de kansen en uitdagingen waar zij voor staan.

Voorts bracht de Raad samen met directeur Arjaen Kersten een werkbezoek aan het Nieuwe Luxortheater in Rotterdam, waar met algemeen directeur Marc van Kaam een plezierige gedachteswisseling plaatsvond over zaken als bedrijfsvoering, programmering, diversiteitsbeleid en de maatschappelijke functie van het theater op wijk- en stadsniveau.

De Raad van Toezicht en directeur Roel Vente van schouwburg Het Park brachten op hun beurt een werkbezoek aan Den Helder, waar met directie en Raad van Toezicht van De Kampanje visies en ervaringen met elkaar werden gedeeld.

Dergelijke uitwisselingen en werkbezoeken worden door de RvT van De Kampanje gezien als betekenisvol bij het opdoen van kennis en inzichten. Deze kunnen van grote waarde zijn bij haar toezichthoudende rol, zoals de Raad deze ook in 2024 gemotiveerd zal vervullen.



## **Raad van Toezicht en uitvoering taken**

Op 31 december 2023 bestond de RvT uit:

voorzitter, strategie en bedrijfsvoering

**R.J.A.M. Ramaekers**

lid, dienstverlening en horeca

**C. den Ouden**

lid, financiën en control

**J.F.A.M. Verhoeks**

lid, juridische zaken

**I.A. de Wilt**

lid, strategisch adviseur

**R.M. den Boer**

lid, juridische zaken

**A.J.J. Sweens**

De Governance Code Cultuur is richtinggevend voor het werk van de Raad van Toezicht. Uit de jaarlijkse zelfscan is naar voren gekomen dat er ook in 2023 een open en plezierige samenwerking was binnen de Raad van Toezicht en tussen raad en bestuurder. De Raad is daarbij frequent en adequaat geïnformeerd over de actuele situatie bij De Kampanje.