

de  **kampanje**

**BELEIDSPLAN
2025 - 2028**





Inhoud

1. Voorwoord

2. Wie zijn wij

**3. Voor wie doen we
het?**

4. Missie & Visie

**5. Ambities en
strategische keuzes**

**6. Governance Code
Cultuur, Fair
Practice Code en
Code Diversiteit &
inclusie**



Iedereen houdt van kunst en cultuur. Iedereen gaat naar de film, leest boeken, luistert muziek, gaat naar theater of zit in een koor. Cultuur is er gewoon, ook al realiseert men zich dat niet altijd. Het is de zuurstof van de samenleving – het 'samen' in de samenleving. Cultuur is de verbindende kracht. De Kampanje staat niet met zijn rug naar de samenleving. Wij staan er middenin! En als de samenleving verandert, veranderen wij mee. Om mee te blijven bewegen en nieuwe paden in te blijven slaan op cultureel gebied, maar zeker ook qua zakelijke verhuur en in Restaurant Stoom, is dit beleidsplan 2025-2028 geschreven.

In het plan staat wie we zijn, voor wie, waar we voor staan en waar we voor gaan. We vertellen ook over onze ambities om te kunnen blijven inspireren, vernieuwen en groeien om zo midden in de samenleving te blijven staan.

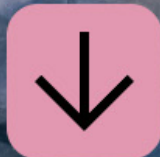
De inhoud van dit beleidsplan is tot stand gekomen met inbreng van medewerkers, directie en managementteam.

Arjaen Kersten / directeur / Den Helder / december 2024





Wie zijn wij



Wie zijn wij

In de Kop van Noord-Holland in Den Helder is De Kampanje het theater waar wij trots op zijn. Op het stoere nautische terrein komen cultuur en erfgoed op een bijzondere manier bij elkaar. In ons theater verzorgen wij meer dan 250 podiumkunstactiviteiten per jaar en is De Kampanje met recht het culturele hart van de regio. Ons verzorgingsgebied, Den Helder - Hollands Kroon - Schagen - Texel, telt 160.000 inwoners. Naast de activiteiten in huis, zijn wij zowel cultureel als met dienstverlening actief op verschillende festivalactiviteiten en/of speciale evenementen in de stad en de regio. Zo zijn we ook zichtbaar en onmisbaar in de omgeving.

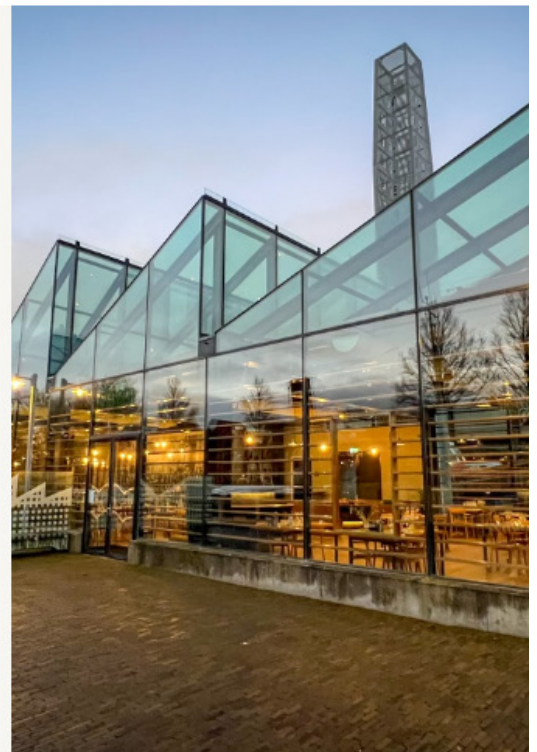
Sinds oktober 2015, onze komst op Willemsoord, is er veel veranderd. Zo moesten we in het begin wennen aan onze nieuwe rol op deze prachtige plek. Van een theaterrestaurant maakten we de succesvolle transitie naar een goed dagrestaurant dat 7 dagen in de week geopend is. De zakelijke verhuur groeide naar mooie verhuurcijfers met nog betere reviews. En ook de bezoekersaantallen voor de voorstellingen en podiumkunstactiviteiten zijn gestegen. Iedereen, zowel zakelijk als privé, weet De Kampanje goed te vinden. Daar zijn we trots op en hebben hard gewerkt om dat te bereiken.



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 leveren aan de culturele doelstellingen. Na bijna 10 jaar op onze huidige locatie, is deze zakelijke tak niet meer weg te denken in wat wij doen. Gemiddeld zijn er 350 verhueringen per jaar die variëren van trouwerijen tot bedrijfsfeesten en van vergaderingen tot beurzen en congressen.

Restaurant Stoom

Met Restaurant Stoom heeft De Kampanje haar eigen horeca & cateringconcept. Stoom is 7 dagen per week open en is robuust, toegankelijk en met een smakelijk aanbod. Een plaats voor iedereen om te tafelen, te werken, te ontmoeten en vooral te genieten in een persoonlijke ambiance. Zo laat De Kampanje haar sporen na op vele manieren. En daar zijn we trots op en dat dragen we uit!



A man with curly hair and a surprised expression is looking up at a large screen. The screen displays a close-up of a face with a wide, open-mouthed smile. In the background, a chef in a white uniform is visible. The text "Voor wie doen we het?" is overlaid on the image.

Voor wie
doen we het?



3.1 De Kampanje een plek om....

Cultuur in Den Helder en de regio worden in één adem met De Kampanje genoemd. Mede door de samenwerking met andere (culturele) partners in de stad wordt het toegankelijk gemaakt voor iedereen. De samenleving wordt steeds inclusiever. We zien een ontwikkeling naar een samenleving waarin mensen dezelfde kansen en mogelijkheden hebben, ongeacht hun achtergrond, leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, religie, seksuele voorkeur en ongeacht of ze een ziekte of andere beperking hebben.

De Kampanje is zichtbaar op vrijwel alle plekken en situaties die met cultuur te maken hebben, maar ook waar men ons in eerste instantie niet verwacht. Zodat we ook daar kunnen verrijken, verrassen en verbinden.

Zo is De Kampanje meer dan een plek waar voorstellingen te zien zijn, waar mooie zakelijke evenementen plaatsvinden en waar Restaurant Stoom zijn gasten welkom heet en verwent. Wij willen een speciale plek zijn voor iedereen. Een plek om:

Te beleven

Mee te doen

Los te komen van de waan van de dag

Trots op te zijn

Je te laten inspireren

Je te verwonderen

Vermaakt te worden

Geraakt te worden

Gezien te worden

Anderen te inspireren

Anderen te raken

Je stof tot nadenken te geven

Samen te genieten

Te ontdekken

De ander te ontmoeten

Je goed te voelen

Je te ontwikkelen

Plezier te hebben

Te verrijken met ervaringen

Je thuis te voelen

Je te laten verrassen

Je te laten verwennen

Te leren

Jezelf te zijn

Op ideeën te komen

Weg te dromen

Even uit je hoofd te zijn

Te lachen

Een avond uit te gaan

Te swingen

Je blik te verbreden

3.2 Voor wie doen we het?

Publiekswontwikkeling Theater

Na de heftige coronajaren, waarin ons motto was “We kijken niet wat er niet kan, maar naar wat er wel kan”, zijn we trots op het herstel qua bezoekersaantallen. In 2022 ontvingen we 37,353 bezoekers voor onze 138 professionele theatervoorstellingen. In 2023 zijn we gegroeid naar 48.835 bezoekers voor 153 professionele voorstellingen. Dit staat los van de educatievoorstellingen en andere podiumkunstactiviteiten die wij jaarlijks nog organiseren.

Onze bezoekers worden ingedeeld in de volgende kwalificaties en percentages.

Passanten - 1-2 voorstellingen per seizoen: **81%**

Participanten - 3-5 voorstellingen per seizoen: **12%**

Kernpubliek > 6 voorstellingen per seizoen: **7%**

Ons theaterpubliek is enorm divers en daar zijn we trots op. We zien dat er steeds meer bezoekers uit de regio komen. In seizoen 22/23 kwam 49% van onze bezoekers uit de gemeente Den Helder, 38% uit de omliggende gemeentes en de overige 13% daarbuiten. De kansen om het publieksbereik te vergroten en te verbreden liggen voor De Kampanje ook in de regio.

Voor de volgende doelgroepen is De Kampanje van waarde:

Bezoekers van voorstellingen en andere podiumkunstactiviteiten

Bezoekers van voorstellingen en andere podiumkunstactiviteiten zijn de basis van ons theater. Hun redenen om ons te bezoeken zijn verschillend van aard. Bij het tot stand brengen van ons theaterprogramma volgen wij continu welke keuzes ons publiek maakt.

Zakelijke klanten en bezoekers

Voor de zakelijke bezoekers zijn wij een betrouwbare en veelzijdige partner die ontzorgt en een kwalitatief hoogwaardige bijdrage levert aan de doelen van de zakelijke klant.

Bespelers (de mensen op het toneel, professioneel en amateurs)

De bespelers leveren een belangrijke bijdrage aan de kwaliteit van ons theater. De sfeer van De Kampanje is van invloed op hun eigen beleving van een avond optreden in Den Helder. De Kampanje is op zo'n avond even de huiskamer van het gezelschap. Niet alleen voor hun motivatie op het toneel, maar ook in hun uitingen over De Kampanje elders in het land, is het van belang dat zij positieve ervaringen op doen in de wijze waarop zij door ons worden ontvangen en (technisch) worden ondersteund in de uitvoering van hun werk. Hierin willen wij ons onderscheiden in de kwaliteit en persoonlijke aanpak van onze dienstverlening.

Gemeente

Voor de gemeente wil De Kampanje een betrouwbare partner zijn die een belangrijke bijdrage levert aan het cultuurbeleid van de gemeente. Wij zijn een organisatie die op verantwoorde wijze omgaat met de beschikbaar gestelde gemeenschapsmiddelen. Een inspirerende partner, die inhoudelijk en effectief een belangrijke bijdrage levert aan het promoten van de stad. Zo is de Kampanje ook een belangrijke waarde voor het Helders perspectief 2.0 dat zich richt op een gemeente waar het prettig en goed wonen, werken, leren en recreëren is.

Medewerkers

De Kampanje wil voor medewerkers een prettige, inspirerende organisatie zijn om in te werken, waarin je gewaardeerd wordt voor je inzet, betrokkenheid, durf en waarin je gestimuleerd wordt jezelf te ontwikkelen en eigen verantwoordelijkheid te nemen. De Kampanje verwacht als tegenprestatie een proactieve houding en een bijdrage aan de eigen ontwikkeling en die van het team waar de medewerker onderdeel van uit maakt.

**Toeleveranciers / producenten /
impresariaten / event-
organisatoren e.a.**

Een financieel en inhoudelijk betrouwbare partner die oprecht geïnteresseerd is in de toeleverancier en hetgeen hij voor De Kampanje kan betekenen (en omgekeerd).

Collega culturele organisaties en organisaties in het sociaal maatschappelijk domein

Een gastvrij podium en een betrouwbare en inspirerende partner, die bereid is kennis en faciliteiten te delen en samen te werken, o.a. op het terrein van organisatorische versterking, plan-/ ideevorming en doelgroepbenadering. Ook voor Citymarketing en de cultuurmakelaar zijn wij een sparringpartner. Stafleden zijn vertegenwoordigd in vrijwel alle landelijke en regionale sector-gerelateerde initiatieven.

Het onderwijs

Een partner die een zinvolle bijdrage kan leveren aan cultuureducatie en talentontwikkeling. Maar ook voor het opbouwen van nieuw publiek.

**Het bedrijfsleven / MKB Den
Helder en de regio**

Een aansprekende partner die op originele en kwalitatief hoogwaardige wijze kan bijdragen aan de doelen van het bedrijfsleven.

**Toeristen (met name van
toepassing op Restaurant Stoom)**

Met toeristen bestaat geen structurele relatie, maar zij zijn belangrijk voor Restaurant Stoom. Vooral in de zomermaanden barst Den Helder van de toeristen en daar maakt Stoom goed gebruik van.



Missie & visie



4.1 Missie

De Kampanje is zichtbaar op vrijwel alle plekken en situaties die met cultuur te maken hebben, maar ook waar men ons in eerste instantie niet verwacht. Zodat we ook daar kunnen verrijken, verrassen en verbinden.

Midden in de drukte van het dagelijkse leven, waar deadlines je om de oren vliegen en stress je constant lijkt te achtervolgen, is het vinden van wat rust een absolute must. Je kunt grijpen naar bekende stressblokkers als sporten of meditatie, maar er is een ander soort ontsnapping: de wereld van cultuur en theater. Het effect van deze culturele ervaringen op je mentale welzijn is vergelijkbaar met de boost die je krijgt van regelmatig sporten, en het biedt een unieke en verrijkende uitweg van de dagelijkse hectiek. Een duik nemen in de wereld van cultuur, is als een frisse wind voor je geest. Gewoon even de aandacht afleiden van de dagelijkse stress en de tijd nemen om te genieten van een theatervoorstelling, kan therapeutisch zijn.

Het is belangrijk om culturele activiteiten te kiezen die bij de bezoeker passen. Het aanpassen van de culturele ervaringen aan de eigen smaak zorgt voor een diepere en betekenisvollere beleving.

Wij streven ernaar dat zoveel mogelijk mensen in aanraking kunnen komen met wat De Kampanje te bieden heeft en de diversiteit van podiumkunsten kunnen ervaren. Voor de totaalbeleving kan men zich van tevoren laten onderdompelen in Restaurant Stoom en genieten van heerlijke gerechten. Bij ons kun je terecht voor een veelzijdige avond uit. Wij zorgen ervoor dat onze bezoekers samen iets beleven, zich laten inspireren, zich verbazen, worden uitgedaagd en anderen ontmoeten. Wij dragen bij aan persoonlijke en sociale ontwikkeling.

Op zakelijk gebied streven wij naar kwaliteit. Iedereen die bij ons een evenement, bedrijfsfeest, congres, inspiratiedag of vergadering organiseert, kan terugkijken op een waardevolle beleving. Als je iets wilt organiseren kun je niet om De Kampanje heen.

Vanuit dat streven is onze missie ontstaan (waar wij voor staan):



"De Kampanje verrijkt, verrast en verbindt!"

4.2 Visie

Als wij durven te dromen en deze dromen vertalen naar een helder en ambitieus beeld van wat wij willen zijn, dan is dit onze visie (waarvoor wij gaan):

De Kampanje is een van de meest indrukwekkende plekken in de Kop van Noord-Holland, waar je graag wilt zijn. De monumentale, industriële omgeving is laagdrempelig en goed bereikbaar. De Kampanje is een uniek en uitstekend uitgerust theater, congres- en evenementenlocatie met een eigen horeca & cateringconcept. Bij De Kampanje is iedereen welkom en word je gewaardeerd en gerespecteerd om wie je bent. Wij hebben een focus op culturele, culinaire, zakelijke

en educatieve bezoekers. De Kampanje is gastvrij en ontzorgt! We werken met gepassioneerde, flexibele en vakkundige medewerkers. Wij voelen ons verantwoordelijk en nemen daardoor initiatief en beslissingen. Ons team heeft plezier en blinkt uit in wat ze doet. Kwaliteit zit in alles wat we doen en aanbieden.

Ons theater combineert artistieke kwaliteit met een sterke commerciële focus om duurzaam succes te garanderen. Onze algemene visie kunnen we daarom opdelen in een artistieke visie, een commerciële visie en een visie op De Kampanje als organisatie.

Artistieke Visie

De Kampanje is een plek waar grote namen op de planken staan en waar lange relaties zijn opgebouwd met artiesten en gezelschappen. We streven naar een breed en aantrekkelijk programma dat diverse doelgroepen aanspreekt. Wij zijn ook een plek waar we de deur wagenwijd openzetten voor nieuw jong talent en nieuwe makers zich nog verder kunnen ontwikkelen. Daarnaast programmeren we voorstellingen of podiumkunstactiviteiten die aansluiten bij actuele thema's en specifieke doelgroepen en is er ruimte voor aanbod dat een podium verdient, maar waarvan je weet dat je er waarschijnlijk geen volle zalen mee trekt. De Kampanje is de motor achter vele culturele uitingen en initiatieven en de aanjager en initiator van tal van lokale en regionale initiatieven.



Commerciële visie

Wij hebben de ruimte en zijn goed in wat we doen! De Kampanje heeft als evenementen- en horecalocatie een uitstekende naam in de regio en daarbuiten. Met oog voor de gasten, zowel zakelijk als privé, hanteren wij een goede prijs-kwaliteitverhouding waarbij duurzaamheid en vernieuwing hoog in het vaandel staan. Wij kenmerken ons door onze persoonlijke aanpak en ontzorgen onze gasten. Wij werken samen met leveranciers uit de Noordkop.

Visie op De Kampanje als organisatie

De Kampanje draagt bij aan de culturele, persoonlijke en sociaal-maatschappelijke ontwikkeling van de bevolking van Den Helder en de regio en vertegenwoordigt een belangrijke economische waarde. Inclusie en diversiteit zijn ingebed in ons DNA. Medewerkers zijn voor het realiseren van onze ambities onmisbaar. Wij hebben daarom oog voor elkaar en er is respect en waardering. Het welzijn van onze medewerkers en vrijwilligers is belangrijk. Wij bieden ruimte voor ontwikkeling en zorgen voor werkplezier.

Cultuurbeleidskader gemeente Den Helder

De Kampanje draagt volop bij aan de Visie en het Cultuurbeleidskader van de gemeente Den Helder "Het kompas op cultuur". De ambitie van de gemeente om vanuit cultuur bij te dragen aan een bloeiende inclusieve samenleving, waarbij iedereen de kans krijgt actief deel te nemen aan en te genieten van cultuur, wordt volledig ondersteund.

Wij geven vorm en inhoud aan de vier speerpunten die de gemeente in haar beleid heeft opgenomen:

1. Jeugd & Cultuur

**2. Iedereen kan
meedoen**

**3. Den Helder -
Culturele haven
van de regio**

**4. Cultureel
ondernemen**

1. Jeugd en cultuur

Tenminste 20% van ons aanbod van voorstellingen en podiumkunstactiviteiten is mede geschikt voor jongeren. Daarnaast zijn er activiteiten specifiek gericht op jongeren. Op educatiegebied is De Kampanje ondersteunend. Wij stellen ruimtes en technische faciliteiten beschikbaar. Triade is namens de gemeente aangesteld om educatie te verzorgen. Wij zoeken hierin wel de grenzen op om te kijken op welke manier wij zelf nog kunnen bijdragen aan het onderwijs.



Wij verwelkomen graag verenigingen van de amateurkunst. Wij bieden ze een podium en faciliteren de voorstellingen. Ook voor raad en daad zijn wij beschikbaar. Daarnaast probeert De Kampanje voor iedereen in de samenleving toegankelijk te zijn, ongeacht hun achtergrond, leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, religie, seksuele voorkeur, en ongeacht of ze een ziekte of beperking hebben.

2. Iedereen kan meedoen



Met ons veelzijdige aanbod van voorstellingen en podiumkunstactiviteiten mogen we trots zijn op ons theater. Niet alleen voor inwoners van Den Helder zijn wij hét theater, maar ook voor inwoners uit de regio. Ook onze evenementen zorgen voor een goed imago van de stad. Samen met andere culturele partners (Kopgroep Bibliotheken en Triade, het Huis van de Kunsten) organiseren wij onder de noemer Vrienden van Den Helder diverse activiteiten en evenementen waar vele jonge talenten en nieuw makers zichzelf kunnen presenteren. De Kampanje is de motor achter vele culturele uitingen en initiatieven en de programmeur is vaak de aanjager en initiator van tal van lokale en regionale initiatieven.

3. Den Helder - Culturele haven van de regio



Naast de subsidie van Gemeente Den Helder, zet De Kampanje zich in om inkomsten van buiten te genereren. Dit gebeurt via de commerciële tak van De Kampanje, maar ook door sponsors, fondsen en andere subsidies. Zo is de Rabobank partner en naamgever van de kleine zaal, Variopool naamgever van de grote zaal en hebben wij met de Koninklijke Marine een mooie samenwerking. Wij spannen ons in om de bezoekersaantallen gelijk te houden en daar waar het kan te laten stijgen.

4. Cultureel ondernemen



Ook volgen wij het regionaal cultuurprofiel Noord-Holland Noord nu onze regio sinds maart 2024 officieel door OCW is aangemerkt als landelijke cultuurregio.

4.3 Kernwaarden

De kernwaarden van De Kampanje zijn de punten waar de organisatie op drijft, de basiswaarden op grond waarvan besluiten worden genomen. Waarop je als organisatie en als medewerker aangesproken kan worden. De kernwaarden zijn niet vrijblijvend, zij vormen het hart van De Kampanje. Dit zijn de kernwaarden van De Kampanje:

Kernwaarde

Klantgericht

Betekenis

Bij De Kampanje zijn we klantgericht. Dit omvat klantvriendelijkheid, dienstbaarheid, inzet, persoonlijke aandacht en betrokkenheid. We tonen respect, zijn eerlijk en oprecht. De klant is koning en daar zetten we alles op in. We zijn aanspreekbaar op ons handelen en acteren op feedback van de klant.

Kernwaarde

Deskundig

Betekenis

Op al onze taakgebieden zijn wij deskundig. Medewerkers hebben kennis van zaken en leveren kwaliteit. Hierdoor zijn ze zelfstandig en handelen daarnaar. Wij ontzorgen.

Kernwaarde

Betrouwbaar

Betekenis

De Kampanje is betrouwbaar. Dit geldt niet alleen voor de medewerkers, maar ook voor de producten en diensten die wij leveren. Een klant moet van ons op aan kunnen en met een gerust hart naar De Kampanje gaan. Wij doen wat we zeggen.

Kernwaarde

Samenwerken

Betekenis

In De Kampanje werken we graag samen. Dit geldt niet alleen voor de medewerkers en afdelingen onderling, maar ook met de (culturele) organisaties in Den Helder en de regio. De Kampanje verbindt. Door middel van collegialiteit, teamwork en saamhorigheid komt samenwerken tot uiting. De Kampanje staat ook voor sociaal, zowel in de maatschappij als onderling bij de medewerkers.

Kernwaarde

Creatief

Betekenis

De Kampanje is een creatieve organisatie. Dit komt tot uiting in vernieuwende en inspirerende voorstellingen, evenementen en activiteiten, maar ook bij onze horeca. Wij denken in creatieve oplossingen en mogelijkheden. We gaan uitdagingen aan, maar dagen bezoekers ook uit. Avontuur, prikkelend, origineel, verrassend, energiek, aanzet tot nadenken zijn waarden die hierbij horen.

Kernwaarde

Gepassioneerd

Betekenis

De medewerkers hebben passie voor wat zij doen. Daardoor is er enthousiasme, bezieling en ruimte voor persoonlijke ontwikkeling. We zoeken proactief naar kansen om te leren en te groeien. Wij zijn oprecht geïnteresseerd in klanten en collega's.

Deze kernwaarden zullen in het gedrag van onze medewerkers tot uitdrukking komen.

A photograph of a band performing on stage. In the center, a man plays an acoustic guitar. To his left, another man plays a black electric guitar. On the right, a woman in a shiny blue jumpsuit sits and plays a ukulele while singing into a microphone. On the far left, another woman in a shiny blue outfit is partially visible, gesturing with her hand. The stage is lit with blue and purple lights, and a large, textured, white circular light fixture hangs from the ceiling.

Ambities & strategische keuzes



5.1 Ambities

Onze ambities en enthousiasme zijn hoog en wij zien nog vele kansen om te blijven verrijken, verrassen en verbinden. Die willen wij graag benutten. Thema's als inclusie en diversiteit moeten breed worden gedragen in de organisatie, net zoals duurzaamheid.

Milieuvriendelijke producten, energiebesparing, afvalbeheer; het zijn zaken die iedereen mee moet nemen in zijn ambities. Omdat De Kampanje zo'n brede organisatie is met uiteenlopende afdelingen, zijn de ambities verder per afdeling beschreven.

Ook hebben wij ambities voor onze samenwerking met belangrijke partners buiten de organisatie. De relatie met onze stakeholders moeten we goed houden en waar mogelijk verbeteren. Dit omvat ook sponsors, regionale- en landelijke fondsen de Business Clubleden en de Vrienden van De Kampanje.

Programmering

Een van de belangrijkste ambities van De Kampanje is om een toegankelijke ontmoetingsplek te zijn voor een divers publiek. Als regionaal theater kiezen wij voor de programmering voor de volgende uitgangspunten voor de komende jaren:

- Programmering die aansluit bij de doelgroep van Den Helder en de regio.
- Parels, waarvan je van tevoren weet dat het moeilijk is om er een groot publiek voor te genereren, maar ze verrijken de programmering. We doen er alles aan om de bezoeker te verleiden ook voor dit soort voorstellingen te kiezen.
- Aansluiten bij actuele thema's die spelen in de maatschappij zowel landelijk als regionaal.
- Meer Urban programmering om deze doelgroep voor je te winnen.
- Jonge makers, we bieden jonge talenten een podium en een kans om vliegers te maken.
- Context- en randprogrammering die de theaterervaring moeten verrijken en de bezoeker meerwaarde bieden.

Een van de belangrijkste ambities van De Kampanje is om een toegankelijke ontmoetingsplek te zijn voor een divers publiek. Als regionaal theater kiezen wij voor de programmering voor de volgende uitgangspunten voor de komende jaren:



Zakelijke verhuur

Voor de afdeling zakelijke verhuur is het belangrijk om op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen en in te spelen op technologische, maatschappelijke en markttrends. Hierbij staan duurzaamheid en de groeiende vraag naar Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) hoog in het vaandel. We moeten concurrerend blijven qua tarieven en faciliteiten waarbij de focus ligt op evenementen en bijeenkomsten boven de 50 personen. We zijn voortdurend bezig om de klantervaring te optimaliseren mede door de feedback van klanten en medewerkers. Transparantie en proactieve communicatie zijn sleutelwoorden. We willen investeren in professionelere marketing en branding en ook de banden met evenementenbureaus versterken ter verbetering van de acquisitie.



Techniek & onderhoud en beheer

De afdeling theatertechniek gaat met zijn tijd mee door zich voortdurend aan te passen aan technologische innovaties, duurzaamheid te omarmen, en flexibel in te spelen op de behoeften van hedendaagse producties.

Dit betekent:

- Omarmen van nieuwe technologieën
- Duurzaamheid in techniek en materialen
- Investeren in personeel en kennis
- Multidisciplinariteit: opleiden in meerdere disciplines, zodat personeel flexibel inzetbaar is en betere verdeling van de verantwoordelijkheden

Qua onderhoud en beheer is het van belang om gebouw en installaties in optimale conditie te houden zodat er geen onnodig snelle achteruitgang in waarde en levensduur van het gebouw plaatsvindt.



Keuken

De keukenbrigade blijft inspelen op trends en ontwikkelingen binnen de culinaire wereld, zoals duurzaamheid, technologische innovaties en veranderende eetvoorkeuren van gasten.

Ambities zijn:

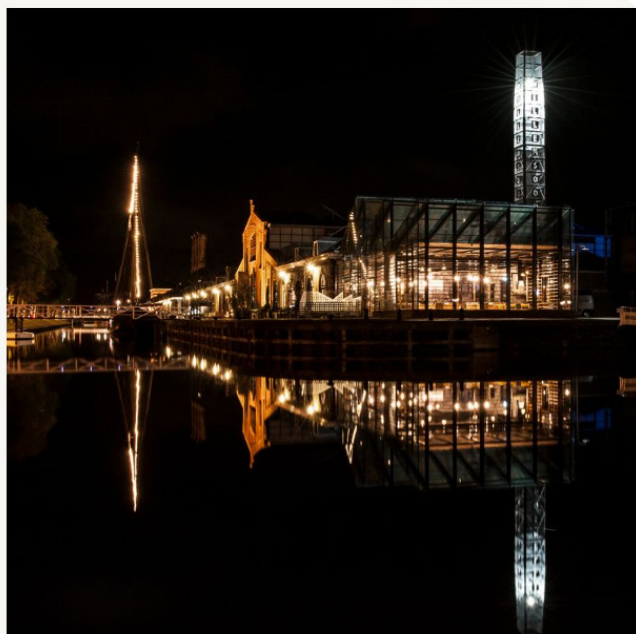
- Focus op duurzaamheid in de vorm van seizoensgebonden en lokale ingrediënten, inspelen op de groeiende vraag naar plantaardige gerechten en waste-free koken.
- Innovatie en technologie in de keuken
- Nieuwe doelgroepen aanspreken
- Inspelen op trends



Restaurant Stoom

In ons restaurant verwelkomen wij de gasten op een persoonlijke manier. Tijdens het bezoek moet je het gevoel hebben dat je “in de watten” wordt gelegd. Niet alleen door de heerlijke gerechten die je worden voorgeschoteld, maar ook de manier waarop die worden gepresenteerd en door de wijze van bediening. In de komende jaren blijven wij scherp op onze gastvrijheid. We zijn flexibel en spelen in op (individuele) wensen van gasten. We houden (lokale) trends nauwlettend in de gaten. We informeren gasten zodat ze zich meer verbonden voelen met onze gerechten. Samenwerking met andere vakgebieden is van belang voor perfect afgestemde dranken bij gerechten.

We blijven leren en innoveren. Feedback van gasten nemen wij serieus om continu te kunnen verbeteren. Het nieuwe terras krijgt onze focus.



Huishouding

De afdeling huishouding omarmt moderne technologieën, werkt duurzaam en verbetert continu het werkproces. Juist op deze afdeling is de Agile werkwijze van belang: planningen worden snel aangepast op basis van de behoeften van het gebouw of de organisatie, bijvoorbeeld tijdens evenementen of piekdrukke.



Kaartverkoop & Hospitality

Bij de kaartverkoop draait het om technologische innovaties om de wensen van de bezoekers iedere keer weer tegemoet te komen. Klantinzichten zijn hierbij belangrijk om beter te kunnen inspelen op trends en werken daarin nauw samen met de Marketing & PR afdeling. Onze klantgerichtheid blijven we verbeteren door personalisatie, maar ook door onze persoonlijke aandacht en betrokkenheid. Qua hospitality staat de bezoeker centraal en wordt de klantbeleving voortdurend gemonitord en verbeterd.

Marketing & PR

De afdeling Marketing en PR mag uitgebreid worden om zo nog meer de ambities van de afdeling maar ook van De Kampanje te kunnen verwerkelijken. We streven naar meer bezoekers. Het op de hoogte blijven van trends in marketing en daarop in te spelen en creatief te blijven is noodzakelijk. Technologie moet slim gebruikt worden. We moeten actief blijven op populaire platforms en aantrekkelijke content maken om onze doelgroepen te inspireren. Nog meer gebruik maken van data-analyse om een nog beter inzicht te krijgen. Personaliseren, maar ook samenwerkingen aangaan om een breder publiek te bereiken, zijn van belang. We zetten tevens in op publieksinteractie. We willen het marktaandeel in de regio vergroten.

Banqueting & Catering

Onze banqueting- en cateringafdeling omvat de theaterhoreca en alle horeca rondom de zakelijke verhuur. Op deze afdeling is het belangrijk om met de tijd mee te gaan om relevant te blijven. Dit gaan we doen door:

- Innovatieve concepten en trends volgen ook in presentatie en service
- De klantbeleving centraal blijven zetten
- Duurzaamheid en milieuvriendelijkheid
- Klantgerichtheid en maatwerk
- Verbeterde samenwerking
- Voldoende personele capaciteit



DEZE WEEK



Medewerkers

We blijven inzetten op samenwerken aan versterken. Een goede onderlinge samenwerking vinden wij belangrijk. Daarom ligt de focus op een fijne en respectvolle omgang en communicatie met elkaar. Zo moeten we als team nog optimaler functioneren. Het personeelsbeleid wordt gemoderniseerd en geactualiseerd. We blijven op de hoogte van actuele HR-trends, zoals diversiteit en inclusie, leiderschapsontwikkeling, en personeelswelzijn om werkpraktijken te verbeteren. We gaan door met het hostmanship traject. We willen een moderner en inclusiever wervingsproces creëren om de juiste talenten aan te trekken en de diversiteit in het personeelsbestand te bevorderen. We blijven een positieve werkcultuur stimuleren waarin medewerkers zich gewaardeerd en betrokken voelen, door de werkbelevingsscan te continueren. We willen een maatschappelijk verantwoorde werkgever zijn en blijven.

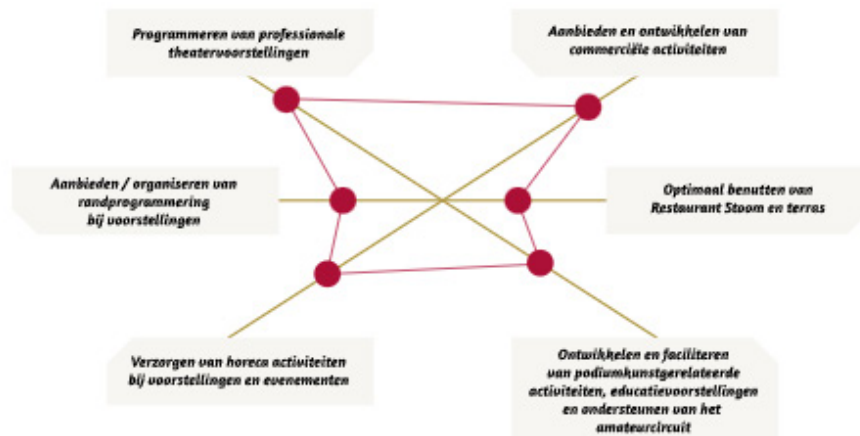


Financiën

De afdeling financiën speelt een cruciale rol in het waarborgen van de financiële gezondheid van onze organisatie. Het bijhouden van regelgeving en naleving hiervan zijn belangrijk. De rapportage wordt gecontinueerd zodat iedereen realtime kan monitoren en bijsturen waar nodig.

5.2 Strategische keuzes

Gezien de ambities die je hebt, maak je keuzes die je doet. Ons huidige strategisch profiel is weergegeven in onderstaand schema.



De Kampanje kenmerkt zich door een reguliere programmering en aansprekende activiteiten en evenementen. Gezien de kerntaak van ons theater is het culturele component leidend. Deze blijft in al onze keuzes voorop staan. Daarnaast is de zakelijke verhuur samen met Restaurant Stoom inmiddels 50% van wat wij doen. Deze balans is goed. Een verdere opmars van de commerciële dienstverlening is niet mogelijk omdat onze kerntaken dan in gevaar komen. De eigen inkomsten die voortvloeien uit deze zakelijke tak hebben vooral tot doel meer van onze ambities te realiseren dan alleen op basis van subsidie mogelijk zou zijn.

Met Restaurant Stoom scoren wij hoog in ons horeca aanbod. Juist omdat we 7 dagen in de week open zijn, kunnen we het totaalconcept aanbieden waar wij voor staan.

Zowel de podiumkunstactiviteiten én de activiteiten van commerciële aard beschouwen wij allemaal als vormen van 'cultureel ondernemerschap'. Ze leveren allemaal iets op. De een immaterieel, de ander materieel.

**Governance Code Cultuur,
Fair Practice Code
en Code Diversiteit & inclusie**



Theater de Kampanje past de Governance Code Cultuur toe door een aantal belangrijke principes en richtlijnen te volgen die gericht zijn op goed bestuur en transparantie binnen culturele instellingen. De Governance Code Cultuur bevat voor ons richtlijnen voor onder andere de structuur van de organisatie, de verantwoordelijkheden van de bestuursorganen en de relatie met het personeel en de betrokkenheid van de gemeenschap. Bij De Kampanje hebben we een Raad van Toezicht die toezicht houdt op het bestuur en de algemene gang van zaken binnen de organisatie. Deze raad zorgt ervoor dat de organisatie voldoet aan de wet- en regelgeving, en dat er sprake is van een goede financiële- en operationele controle. Wij borgen transparantie en verantwoording in onze organisatie. Dit houdt in dat we duidelijke afspraken maken over de verantwoordelijkheden van de bestuurders en medewerkers. Ook zorgen we voor een goede samenwerking tussen het bestuur en de artistieke leiding, wat de kwaliteit van ons artistieke product bevordert.

Daarnaast stimuleren wij een inclusieve werkomgeving, waar diversiteit wordt omarmd en iedereen zich welkom voelt. Deze aandacht voor diversiteit en inclusie hanteren wij zowel in ons personeelsbeleid als in de programmering. Regelmatig evalueren we ons beleid en de processen om te kunnen blijven voldoen aan de normen van de Governance Code Cultuur. Dit zorgt ervoor dat we niet alleen onze financiële gezondheid waarborgen, maar ook bijdragen aan een vitale culturele sector.



Theater De Kampanje past de Fair Practice Code toe door te zorgen voor eerlijke arbeidsomstandigheden en verloning voor artiesten en medewerkers. Dit houdt in dat we transparante contracten aanbieden en zorgen voor een eerlijke vergoeding die in lijn is met de werkelijke inspanningen en kosten van de betrokkenen.

We zetten ook in op duurzame samenwerkingen met makers, wat betekent dat we oog hebben voor de lange termijn en de professionele ontwikkeling van kunstenaars ondersteunen.

Door deze principes te integreren in onze dagelijkse gang van zaken, bevorderen we niet alleen een gezonde werkcultuur, maar dragen we ook bij aan de bredere culturele sector in Nederland.



A dramatic, low-key photograph of a man with a crown of thorns. He has a serious expression and is looking directly at the camera. A small bird is perched on his left shoulder. The background is dark and textured, with some elements resembling roots or branches. A white rectangular box with a light green bottom corner is overlaid on the image, containing text.

Blik op de toekomst

Theater De Kampanje kijkt met vertrouwen naar de toekomst. We willen niet alleen onze bestaande bezoekers blijven inspireren, maar ook nieuwe generaties verwelkomen. Met onze visie, daadkracht en ambities bevestigen wij onze positie als onmisbare schakel in het culturele en zakelijke landschap van Den Helder en daarbuiten.

