

POPPodium BOERDERIJ

**MEERJAREN
BELEIDSPLAN
2022-2025**





INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	3
1. TERUGBLIK 2017-HEDEN.....	5
1.1 Doelstellingen	6
1.2 Positionering	6
1.3 Culturele, economische en maatschappelijke waarden.....	7
1.4 Bedrijfsvoering, programmering en promotie.....	8
1.5 Op weg naar de toekomst.....	10
2. VOORUITBLIK 2022-2025	12
2.1 Ontmoeten, beleven en kwaliteit.....	12
2.2 Samenwerking, positionering en publieksbereik	13
2.3 Toekomstbestendig cultureel ondernemen.....	14
3. KNELPUNTEN & AMBITIES.....	15
3.1 De impact van corona en de Brexit.....	15
3.2 Personele bezetting, samenwerking en educatie.....	16
3.3 Nieuwe huisstijl	17
3.3 Citybranding	17
4. CONCLUSIE	18



VOORWOORD

Op dit moment hebben we al ruim 17 maanden te maken met de gevolgen van de corona pandemie. Na de persconferentie van 15 september zijn nieuwe versoepelingen aangekondigd die weer enig perspectief bieden. De artiesten, de poppodia en niet te vergeten de bezoekers kunnen niet wachten op de dag dat de deuren weer zonder beperkingen geopend kunnen worden. De culturele centra werden als eerste gesloten en zijn waarschijnlijk de laatste die zonder beperkingen weer open mogen. Intussen zijn promotors, boekingsagenten en crewleden wereldwijd werkloos geworden en zagen muzikanten hun belangrijkste bron van inkomsten wegvallen.

Het wordt een lange weg voordat de live-industrie weer terug is op het peil van voor de pandemie. De meest optimistische insiders verwachten een begin van het herstel dit najaar, maar de berichten en voorspellingen van de medici doen het ergste vermoeden. Ondanks de hoge vaccinatiegraad zijn we het virus voorlopig nog niet kwijt en ziet het er naar uit dat we voorlopig nog te maken hebben met beperkingen en met tijdelijke, geheel of gedeeltelijke lockdowns, hier en/of in de rest van de wereld. Zolang er in Nederland of de ons omliggende landen nog beperkingen gelden is het voor muzikanten niet mogelijk om op financieel verantwoorde wijze een tour te organiseren.

Inmiddels worden de gevolgen steeds duidelijker. Er is een gebrek aan geluids- en lichttechnici en crewleden. En dat beperkt zich niet alleen tot Nederland. Dit gespecialiseerd personeel heeft noodgedwongen ander werk gezocht en is hiermee voor een gedeelte verloren gegaan voor onze sector. Deze krapte op de arbeidsmarkt drijft de lonen en daarmee de kosten van optredens en tournees verder op. Ook duurt de voorbereiding van een tour al snel een jaar en dan moet de publiciteit nog in gang gezet worden. Een ander probleem dat zich voordoet, zijn de verschillen tussen de landen als het gaat om toegangsbeleid. Dit betekent in de praktijk dat we nu al contracten moeten ondertekenen waarin we garanderen dat iedereen die bij een concert aanwezig is, gevaccineerd is. Dit terwijl we tot op heden in Nederland alleen de bezoekers om een vaccinatiebewijs of negatieve testuitslag mogen vragen en niet het personeel, de vrijwilligers en de artiesten.

Als Poppodium Boerderij, met een programmering die voor ruim 80% afhankelijk is van internationale artiesten gaat het dus zeker nog een aantal jaren duren voordat we terug zijn bij de oude (normale) situatie. Met de structurele subsidie kunnen we alleen zonder verlies werken indien we onze capaciteit 100% kunnen inzetten en er voldoende aanbod is van buitenlandse acts en artiesten.

Op dit moment is het voor ons niet mogelijk om voor de komende 4 jaar een uitgebreid beleidsplan te schrijven omdat we met te veel onzekere factoren te maken hebben. Naast de hierboven beschreven gevolgen van de corona pandemie hebben we te maken met Engelse bands die zeer terughoudend zijn als gevolg van Brexit. Ze hebben nog onvoldoende zicht op de financiële gevolgen hiervan. De laatste en misschien nog wel de belangrijkste reden waarom het lastig is om een beleidsplan te schrijven, is dat we nog geen zicht hebben op de realisatie van nieuwe en toekomstbestendige huisvesting van de Boerderij.

Met de komst van de Cultuurvisie wordt er steeds vaker een beroep gedaan op de Boerderij als het gaat om samenwerking. Met de huidige kleine personeelsbezetting zijn wij echter niet in staat om aan deze vraag te beantwoorden. Met name op educatief gebied ontbreekt het ons aan uren en expertise. Zonder extra personele ondersteuning op educatief gebied kunnen wij slechts een zeer beperkte bijdrage leveren. We willen de komende jaren met name investeren in samenwerkingsverbanden met het Stadstheater en het Nationaal Videogame museum. Deze activiteiten liggen meer in het verlengde van onze normale programmering.

Met zoveel onzekerheid is het belangrijker dan ooit dat we kunnen blijven rekenen op de steun van de gemeente Zoetermeer. Het lijkt me dan ook vanzelfsprekend dat we de komende 4 jaar met elkaar in gesprek blijven om zodoende de beleidsplannen daar waar nodig te kunnen aanpassen en verder vorm te geven.

Arie Verstegen
Directeur / Programmeur

September 2021

Poppodium Boerderij
Amerikaweg 145
2717 AV Zoetermeer
079-3211012
www.cultuurpodiumboerderij.nl

1

TERUGBLIK 2017-HEDEN

Poppodium Boerderij is een plek waar al jaren mooie herinneringen worden gemaakt. Een concertzaal waar velen trots op zijn. Sommige bezoekers en muzikanten noemen de Boerderij zelfs hun 'tweede thuis'. Inmiddels zijn we niet meer weg te denken uit Zoetermeer en zelfs internationaal gezien van betekenis. De afgelopen jaren bezochten ruim 50.000 bezoekers uit binnen- en buitenland de Zoetermeerse poptempel. De corona pandemie heeft ervoor gezorgd dat medio maart 2020 abrupt de deuren gesloten moesten worden. We zagen concerten wegvallen, onze ticketverkoop instorten en bezoekersaantallen tot een dieptepunt dalen.

OVERZICHT AANTAL EVENEMENTEN EN BEZOEKERSAANTALLEN 2017-2020

	2017		2018		2019		2020	
	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers
Totaal	185	44.669	176	44.740	175	44.207	51	9.811
Oefencentrum		7.500		7.600		7.600		3.132
Totaal incl. oefencentrum		52.169		52.340		51.807		12.943

"You don't know what you've got till it's gone", een treffende zin uit het nummer 'Big Yellow Taxi' (1970) van Joni Mitchell. Je weet pas wat je mist als het er ineens niet meer is. We zijn de overheid en de gemeente Zoetermeer ontzettend dankbaar voor de financiële noodsteun die wij hebben ontvangen, want hierdoor bestaat de Boerderij gelukkig nog. Verschillende factoren maken de toekomst echter onzeker. Vanaf de zomer van 2020 zijn er op beperkte schaal en onder allerlei voorwaarden weer activiteiten mogelijk, maar deze zijn door de beperking van de capaciteit niet rendabel. De vele steunbetuigingen van bezoekers, vrijwilligers en muzikanten die wij tijdens de pandemie ontvingen benadrukken de waarde en de betekenis van de Boerderij.

1.1 DOELSTELLINGEN

Poppodium Boerderij speelt een belangrijke rol in Zoetermeer als het gaat om Cultuur en Vrije tijd. Er worden concerten georganiseerd met als doel de bevordering van en de belangstelling voor podiumkunsten, in het bijzonder op het gebied van popmuziek.

De doelen richten zich op het beleidskader Cultuur en Vrije tijd. Goede vrijetijdsactiviteiten zijn onmisbaar in een stad. Ze zorgen ervoor dat de stad aantrekkelijk, levendig en leefbaar is. De activiteiten:

- Stimuleren het vrijetijdsklimaat door evenementen.
- Bevorderen de levendigheid van de stad.
- Behouden en versterken breed toegankelijke en aantrekkelijke vrijetijdsvoorziening.
- Bevorderen de belangstelling voor hedendaagse podiumkunsten; het stimuleren van lokale en regionale groepen op het gebied van popmuziek. Onder hedendaagse podiumkunsten wordt verstaan cultuuruitingen op het gebied van moderne muziek (pop, jazz, wereldmuziek, crossovers en dergelijke), alsmede hierop aansluitende activiteiten.

1.2 POSITIONERING

Poppodium Boerderij levert als podium een bijdrage aan de culturele identiteit van Zoetermeer en de profilering van de stad. Inwoners van Zoetermeer kunnen dichtbij huis unieke concerten beleven, die vaak maar eenmalig in Nederland te zien zijn. De Boerderij heeft Zoetermeer op de kaart gezet voor liefhebbers van progressieve-, symfonische- en classic rock en jazz/fusion uit binnen- en buitenland. Dit zorgt er ook voor dat veel mensen uit de regio en uit de rest van Nederland en zelfs uit het buitenland graag afreizen naar Zoetermeer.

Cultureel vermogen

Poppodium Boerderij maakt integraal onderdeel uit van de cultuurbeleving in Zoetermeer. Muziek raakt en brengt mensen samen. In de Cultuurvisie van de gemeente Zoetermeer is er niet alleen aandacht voor wat cultuur is, maar ook voor wat cultuur doet. Corona heeft ons laten zien hoe belangrijk het is dat mensen elkaar kunnen ontmoeten. De Boerderij is een ontmoetingsplaats voor liefhebbers van popmuziek. Een plek waar muzikliefhebbers, amateur- en professionele muzikanten elkaar treffen. Bij ons wordt cultuur gemaakt. Popconcerten spreken tot de verbeelding en stimuleren cultuurdeelname. De beleving van een live-concert samen met anderen zorgt voor verbinding. Popmuziek trekt mensen van alle leeftijden, culturen en sociale klassen. Oudere popliefhebbers blijven trouw, terwijl er ook een nieuwe aanwas is van jong publiek. Popmuziek vernieuwt zichzelf. Wanneer je samen, jong en oud, van een concert geniet verdwijnen verschillen naar de achtergrond en is er sprake van een gedeelde beleving. De Boerderij speelt op deze manier een belangrijke rol in het versterken van het cultureel vermogen van Zoetermeer. We weten wat er speelt in het popcircuit, wij brengen mensen in een veilige omgeving samen en de concerten die we organiseren zorgen voor bijzondere culturele ontmoetingen. Concerten brengen een dialoog op gang. In het podiumcafé is er na een concert ruimte om met anderen van gedachten te wisselen en ervaringen te delen. Dit is ook de plek waar bezoekers na een concert muzikanten persoonlijk kunnen ontmoeten. Deze ontmoetingen geven een extra dimensie aan een concert en blijven mensen soms een leven lang bij.

Concurrentiepositie

Poppodium Boerderij is aangesloten bij de Vereniging Nederlandse Podia en Festivals (VNPF). Hierdoor blijft de organisatie op de hoogte van ontwikkelingen in het Nederlandse popcircuit. Tijdens de coronacrisis was er meer contact dan ooit tussen de leden van de VNPF. Zo zijn er door de VNPF, in samenwerking met de leden, verschillende protocollen ontwikkeld om een veilige opening van de zalen te bewerkstelligen. De infrastructuur voor popmuziek in Nederland wordt gekenmerkt door een grote 'podiumdichtheid'. Ruim de helft van de poppodia in Nederland is gevestigd in het westen van het land. Gezien de concurrentie van een relatief groot aantal zalen in de omgeving (Paard van Troje in Den Haag, Gebroeders de Nobel in Leiden, Bibelot in Dordrecht) is het van belang om je als poppodium binnen het aanbod van concerten te onderscheiden. Sinds 2002 profileert

Poppodium Boerderij zich als een poppodium met een eigen profiel om minder gevoelig te zijn voor concurrentie van andere poppodia in de omgeving. Deze kenmerkende identiteit komt vooral tot uiting in de programmering. In tegenstelling tot andere poppodia bestaat het programma van Poppodium Boerderij voor een groot gedeelte uit symfonische -, classic - en progressieve rock en jazz/fusion concerten. Voor deze stromingen geldt dat er in Nederland een zeer trouwe bezoekersgroep voor bestaat en dat omliggende zalen deze muziekstijlen niet of nauwelijks programmeren. Poppodium Boerderij streeft ernaar om dit eigen profiel te behouden en zich niet te laten verleiden door trends.

Naamsbekendheid en waardering

De eigenzinnige programmering en het internet spelen een belangrijke rol bij deze internationale naamsbekendheid van Poppodium Boerderij. De naam van de zaal en de stad Zoetermeer staat vermeld op talrijke bandshirts en Poppodium Boerderij wordt steeds vaker gevraagd als locatie voor het opnemen van CD's en DVD's. De opnames gaan de hele wereld over en hebben de popzaal op de kaart gezet als een unieke locatie, waar zowel bezoekers als muzikanten graag komen. In 2013 werd de Boerderij voor het eerst vermeld in de top 10 van het Britse magazine PROG, een gerenommeerd muziek magazine voor liefhebbers van progressieve rock. Poppodium Boerderij staat al jaren in de top 10 van progressieve rock gerelateerde zalen in Europa. Wegens de groeiende belangstelling van buitenlandse gasten, is de website sinds 2013 ook beschikbaar in het Engels. Dit zorgt ervoor dat ook buitenlandse bezoekers en bezoekers die de Nederlandse taal niet vaardig zijn het programma kunnen bekijken. Het publiek is daardoor alleen maar gegroeid. Recensies van bezoekers op Facebook (4,6 ster) en Google reviews (4,6 ster) geven aan dat bezoekers het podium waarderen.

1.3 CULTURELE, ECONOMISCHE EN MAATSCHAPPELIJKE WAARDEN

Poppodium Boerderij is een belangrijke speler in het culturele aanbod van Zoetermeer. Maar ook maatschappelijk en economisch gezien speelt het podium een belangrijke rol. De Boerderij is actief in lokale netwerken en werkt nauw samen met lokale bedrijven en ondernemers. Zo is het Zoetermeerse bedrijf Creative Colors sponsor van de zaal. Daarnaast boekte de Boerderij de afgelopen jaren gemiddeld 400 hotelkamers bij het in Zoetermeer gelegen hotel Golden Tulip, om muzikanten onder te brengen. Zowel hotels als restaurants in de omgeving profiteren van de aantrekkingskracht van het poppodium.

Culturele waarde

Popmuziek trekt mensen van alle leeftijden, culturen en sociale klassen aan. Een levendige popcultuur is essentieel voor het culturele klimaat van een stad. Popmuziek zorgt namelijk voor beleving en identiteit. Muziek luisteren is zowel een persoonlijke als een gedeelde beleving en een identiteitsdrager voor jong en oud, maar ook voor een stad. Popmuziek hoort bij de culturele identiteit van een stad. In die zin levert Poppodium Boerderij als podium een belangrijke bijdrage aan de culturele identiteit van Zoetermeer en de profilering van de stad. Daarnaast is popmuziek ook op andere terreinen van grote betekenis. Het bevordert sociale integratie, stimuleert mensen om zich cultureel te ontplooiën, bevordert cultuurparticipatie en vergroot de leefbaarheid van een stad.

Maatschappelijke waarde

Popmuziek speelt een grote rol in de maatschappij. Bijna iedereen komt in het dagelijks leven in aanraking met popmuziek: thuis, in het openbaar vervoer, in de auto enz. Het grote bereik van popmuziek staat aan de basis van de grote maatschappelijke waarde van popmuziek. Daarnaast heeft popmuziek de kracht om verschillende generaties met elkaar te verbinden. Zo zie je regelmatig volwassenen die samen met hun zoon of dochter een concert bezoeken, maar ook in de bedrijfsvoering is ruimte voor jong talent. Het professionele team bestaat uit beroepskrachten van verschillende generaties en ook de vrijwilligers zijn van uiteenlopende leeftijden. Popmuziek is op allerlei manieren verweven in de samenleving en vertegenwoordigt een belangrijke maatschappelijke waarde. Voor 'pop' geldt net zo goed als voor sport dat er zonder brede basis en zonder circuit geen mogelijkheid is tot het verzilveren van de maatschappelijke waarde. Deze waarde komt onder meer tot stand

samen met bezoekers, musici en vrijwilligers. Zo dient Poppodium Boerderij onder meer als een ontmoetingsplaats voor muzikanten en liefhebbers van popmuziek. Beleven en ontmoeten gaan hand in hand met elkaar. Poppodium Boerderij heeft een goede reputatie en staat erom bekend dat er geen incidenten plaatsvinden. Hierdoor nemen ouders veelvuldig hun kinderen mee, om zo hun eerste concert bij te wonen. Dit is voor jonge muzikliefhebbers en amateurmuzikanten vaak een indrukwekkende ervaring. Ze worden aangemoedigd om zelf muziek te maken en/of hun amateurkunsten uit te breiden. Belangrijk voor de ontwikkeling van talenten is de nabijheid van een levendig live-circuit.

Economische waarde

Culturele voorzieningen zijn van cruciaal belang voor een stad. Ze zorgen voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat en werkgelegenheid (direct en indirect). Een levendig cultureel klimaat maakt een stad zowel voor bewoners als voor bedrijven aantrekkelijker om zich te vestigen. Deze aantrekkingskracht geldt vooral voor hoogopgeleiden, een belangrijke potentiële bron van werknemers voor bedrijven. Poppodia vormen een informele context waar onder meer creatieve hoogopgeleiden elkaar graag ontmoeten. Bezoekers van popconcerten geven voorafgaand of na een concertbezoek ook op andere plekken in de gemeente geld uit. Zo speelt het café- en restaurantbezoek voorafgaand en naderhand aan een concertbezoek een belangrijke rol in de bijdrage aan de lokale horeca en de economie van de gemeente Zoetermeer. Ook hotels in Zoetermeer geven aan dat zij op regelmatige basis bezoekers van de door Poppodium Boerderij georganiseerde popconcerten ontvangen. Daarnaast worden internationale en nationale artiesten ondergebracht in nabijgelegen hotels.

1.4 BEDRIJFSVOERING, PROGRAMMERING EN PROMOTIE

Poppodium Boerderij is een stichting zonder winstoogmerk, maar actief en ondernemend als het gaat om de bedrijfsvoering. Net als bij andere culturele instellingen in Zoetermeer ondersteunt de gemeente de exploitatie. De Boerderij is de culturele instelling met het laagste subsidiedekkingspercentage (= het aandeel subsidie in de totale inkomsten van de organisatie) in Zoetermeer en kan daarmee als voorbeeld dienen voor andere culturele instellingen. Hoewel Poppodium Boerderij meer dan andere culturele organisaties financieel selfsupporting is, subsidieert de gemeente Zoetermeer slechts een klein gedeelte van de exploitatie. Een groot gedeelte van de subsidie gaat op aan de huur van het pand. De programmering moet dus niet alleen de programmakosten terugverdienen, maar ook een groot gedeelte van de organisatiekosten.

De inzet van vrijwilligers

Het succes van Poppodium Boerderij wordt in grote mate bepaald door de inzet van vrijwilligers. Meer dan 120 vrijwilligers van uiteenlopende leeftijden zetten zich dagelijks in voor het functioneren van Poppodium Boerderij. De beroepskrachten zijn verantwoordelijk voor één of meerdere teams van vrijwilligers. Zij coördineren de vrijwilligers en dragen hun professionele kennis aan hen over. Door de professionalisering is een poppodium zonder beroepskrachten ondenkbaar. Het vrijwilligersbestand is de afgelopen jaren zeer stabiel gebleken. Het is een bewuste keuze van Poppodium Boerderij om vrijwilligers in te zetten. De vrijwilligers leveren namelijk niet alleen een grote bijdrage aan het functioneren van Poppodium Boerderij, maar zijn ook zijn de ideale ambassadeurs. Voor en achter de schermen wordt hard gewerkt om de bezoekers een geweldige avond te bezorgen. Of het nu gaat om het verkopen van toegangskaarten, het tappen van een biertje, het verzorgen van de muzikanten, of het programmeren van een lichtshow; vrijwilligers kom je in de hele organisatie tegen.

Programmering

Poppodium Boerderij beschikt over een uitgebreid netwerk op het gebied van programmering en promotie. Zowel bezoekers, boekers als muzikanten weten de zaal te vinden. Zo wordt de Boerderij soms zelfs direct door gerenommeerde internationale muzikanten benaderd met vraag of zij een plek kunnen krijgen binnen de programmering. Ook kloppen andere poppodia regelmatig bij Poppodium Boerderij aan met vragen over de programmering en de promotie. Wat zeker niet onderschat mag worden is dat het team van de Boerderij haar publiek kent en dat de organisatie heel benaderbaar is.

Loyaliteit

In de afgelopen jaren is de gage van muzikanten en bands enorm gestegen. Voorheen haalden zij hun inkomsten vooral uit de verkoop van CD's, maar in toenemende mate moeten zij hun inkomsten verkrijgen uit live optredens. Er wordt steeds vaker gewerkt met percentagedeals, waarbij er maar een klein gedeelte van de netto entree over blijft voor het podium. Hierdoor worden de podia steeds afhankelijker van de horecaomzet. Echter is de horecaomzet de afgelopen jaren aanzienlijk gedaald en deze lijn lijkt zich voort te zetten.

Dit heeft gevolgen voor de programmakeuze en zal op den duur leiden tot een minder brede programmering. Er zijn namelijk grote verschillen in consumptiegebruik tussen de diverse groepen bezoekers. Een trend die bij veel poppodia in Nederland naar voren komt is 'veilig programmeren'; het programmeren van bands en muzikanten die enige zekerheid bieden als het gaat om de kaartverkoop en de horecaomzet. Er blijft op deze manier minder ruimte over voor opkomende bands. Als het gaat om het aanbod van bands zullen er de komende jaren ook een aantal groepen afvallen, omdat de hoge leeftijd van de bandleden het toeren bemoeilijkt. Het is daarom erg belangrijk om loyaliteit te krijgen van opkomende muzikanten. Zij zullen, wanneer ze in de toekomst succesvol zijn, de podia waar zij ooit begonnen zijn trouw blijven en terugkeren. Loyaliteit is nodig om in de toekomst de programmering van de grote zaal veilig te stellen. Poppodium Boerderij probeert op verschillende manieren uiteenlopende doelgroepen te bereiken. Onze zaal heeft de afgelopen jaren een goede reputatie en een unieke identiteit opgebouwd. De programmering richt zich op bepaalde niches en vanuit dit oogpunt proberen wij ook jongere muziekliefhebbers te bereiken. Er is in de niches ook aanwas van nieuw talent. Door masterclasses van bekende muzikanten wordt het actieve aspect van cultuurdeelname gestimuleerd.

Promotie

De hedendaagse samenleving is nauwelijks meer gebonden aan geografische grenzen. Het internet maakt het mogelijk om zelfs tot over landsgrenzen publiciteit te maken. Naast traditionele media, zoals regionale radio en -kranten, spelen sociale media een belangrijke rol in de promotie van popconcerten. Jongeren lopen voorop in het gebruik van deze nieuwe media, maar ook de oudere popliefhebbers dienen niet onderschat te worden. De marketingstrategie van Poppodium Boerderij richt zich op een combinatie van traditionele- en nieuwe promotiemiddelen. Hierbij wordt rekening gehouden met de wensen en behoeftes van de huidige bezoekers en daarnaast is er ook aandacht voor het aantrekken van nieuwe bezoekers. Onze strategie sluit aan bij programmalijs 8 'Zoetermeer geeft kleur' uit de cultuurvisie van de gemeente Zoetermeer.

De Boerderij voegt op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal waarde toe aan de stad. Een belangrijk 'unique selling point' is de intimiteit van de zaal. Na afloop van een concert is het vaak mogelijk om muzikanten persoonlijk te ontmoeten. Deze ontmoeting met 'helden' geeft voor veel bezoekers een extra dimensie aan een concert. In het kader van de Cultuurvisie draagt Poppodium Boerderij bij aan de citybranding van Zoetermeer, heeft de poptempel het vermogen om inwoners te binden aan Zoetermeer en trekt het podium bezoekers uit binnen- en buitenland naar de stad toe.

Samenwerking op het gebied van publiciteit

Poppodium Boerderij werkt met veel uiteenlopende partijen samen, zowel op lokaal, landelijk als internationaal niveau. Voorbeelden van regionale media waar Poppodium Boerderij mee samenwerkt zijn onder andere Omroep West, AD/Haagsche Courant en het Streekblad. Op landelijk niveau wordt veel samengewerkt met muziek-gerelateerde media, die zich specifiek richten op een bepaald genre, waaronder Soundz (pop), Aardschok (rock/metal), IO Pages magazine (progrock), en Jazzism magazine (Jazz). Op internationaal niveau werkt Poppodium Boerderij samen met het toonaangevende magazine PROG, een gerenommeerd Brits magazine dat zich specifiek richt op progressieve rock.

Ook de samenwerking met collega zalen is van belang. Het uitwisselen van concerttips in nieuwsbrieven en via social media is effectief, omdat hiermee direct muziekliefhebbers worden bereikt. Ook traditionele media zoals posters en flyers worden uitgewisseld. Op dit moment zijn er ruim 8300 mensen geabonneerd op de Boerderij

nieuwsbrief. De coronacrisis heeft ervoor gezorgd dat het aantal nieuwsbrieflezers licht is gedaald. Ondanks dat nieuwsbrieven steeds minder in trek zijn, is het voor Poppodium Boerderij nog steeds een belangrijk promotiemiddel om mensen te informeren. Zo komen er nog steeds nieuwe abonnees bij en is de openingsratio bovengemiddeld. Via Facebook volgen ruim 19.000 mensen Poppodium Boerderij dagelijks en op Twitter heeft Poppodium Boerderij ruim 4300 volgers. Ook het aantal Instagram volgers (1345) neemt langzaam toe. Er zijn veel nieuwe ontwikkelingen op het gebied van promotie en Poppodium Boerderij volgt deze op de voet. Hierbij wordt nadrukkelijk gelet op haalbaarheid, kosten en effectiviteit. De afgelopen jaren was het team van de Boerderij ook betrokken bij de organisatie van lokale festivals, waaronder UITfestival Zoetermeer en het Bevrijdingsfestival Zoetermeer. Deze festivals dragen bij aan de promotie van de stad. Samen met andere culturele instellingen speelt de Boerderij een belangrijke rol in de citybranding van Zoetermeer. Cultuur geeft Zoetermeer kleur en zet de stad op de kaart.

1.5 OP WEG NAAR DE TOEKOMST

Nieuwbouw/verbouw is al jaren een belangrijk thema in het Nederlandse popcircuit. Poppodium Boerderij was in 1998 één van de eerste poppodia met een nieuw pand, dat specifiek is gericht op popmuziek. Inmiddels is er veel meer kennis over de bouw van poppodia en veel poppodia hebben een professionaliseringslag gemaakt. Om te blijven concurreren met andere podia is een vernieuwde huisvesting voor de Boerderij essentieel. Wanneer er naast een grote zaal een kleine zaal beschikbaar is, dan wordt het mogelijk om meer opkomende bands te programmeren. Aansluitend zorg je hiermee ook voor een verjonging van het publiek. We willen ook de huidige doelgroep behouden. De wensen van de doelgroepen verschillen echter van elkaar. Om de oudere doelgroep te behouden is het faciliteren van zitplaatsen in de grote zaal noodzakelijk. Het creëren van zitplaatsen en daarmee de beperking van de capaciteit, heeft dusdanige financiële gevolgen dat het in de huidige situatie geen haalbare kaart is. Het huidige pand werkt veilig programmeren in de hand.

Schaalsprong

Door de professionalisering van de poppodia in Nederland is investeren in adequate huisvesting essentieel. Het gebouw aan de Amerikaweg is destijds ontworpen als een huisvesting voor meerdere, uit het verleden gegroepeerde functies. Het zou goed zijn om de verschillende functies opnieuw te bekijken. Oudere popliefhebbers blijven de poppodia trouw, waardoor de gemiddelde leeftijd van bezoekers stijgt. Hierdoor veranderen ook de eisen van bezoekers ten aanzien van de faciliteiten, want oudere muzikliefhebbers zijn over het algemeen kritischer dan jongeren. Samen met de gemeente Zoetermeer wordt momenteel gekeken naar verschillende toekomstscenario's. Naar verwachting zal de stad Zoetermeer zich de komende jaren verder ontwikkelen en een schaa sprong maken. Het aantal inwoners neemt toe en er wordt geïnvesteerd in bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, duurzaamheid, onderwijsmogelijkheden, kwalitatief hoogwaardige uitgaansmogelijkheden en andere voorzieningen. Omdat de toekomstvisie van de directie en bestuur van de Boerderij hierbij aansluit is het dan ook vanzelfsprekend dat men wil meebewegen met de schaa sprong van Zoetermeer.

Haalbaarheidsonderzoek

We hebben de afgelopen jaren op structurele basis overleg gehad met de gemeente Zoetermeer over nieuwbouw/verbouw van Poppodium Boerderij. Sinds 2015 zijn er gesprekken gaande en inmiddels zijn er verschillende onderzoeken uitgevoerd met betrekking tot de realisatie van een toekomstbestendig poppodium. Naar aanleiding van het raadsbesluit van mei 2015 is er een onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden van uitbreiding van het podiumcafé van Poppodium Boerderij en uitbreiding van de parkeerplaatsen. In 2016 hebben wij in ons 'Position Paper' uiteengezet welke knelpunten we zien en welke ambities we hebben. Samengevat wensen wij een goede parkeervoorziening, geen verantwoordelijkheid voor de Casa én een volwaardige kleine zaal. Deze knelpunten en ambities zijn het vertrekpunt geweest voor het haalbaarheids-onderzoek.

De ambities kunnen grofweg op drie manieren worden gerealiseerd:

- 1) door uitbreiding van de bestaande Boerderij,
- 2) door nieuwbouw naast de huidige locatie of
- 3) een alternatieve locatie elders in de stad.

Op basis van het Position Paper is in gezamenlijk overleg onderzocht op welke wijze invulling kan worden gegeven aan onze ambities en wat de financiële consequenties daarvan zijn.

Toekomstbestendig programmeringsbeleid

De realisatie van een kleine zaal met een capaciteit van 350 bezoekers zou kunnen bijdragen aan het versterken van de concurrentiepositie. De afgelopen jaren zijn er in Nederland veel poppodia verbouwd. Veel popzalen in de regio beschikken over een grote zaal én een kleine zaal of hebben zelfs meerdere zalen. Hierdoor zijn deze poppodia aantrekkelijker voor boekers (de aanbieders van bands), aangezien er meerdere mogelijkheden zijn om bands of individuele muzikanten een plek te bieden. Zij kunnen bekende muzikanten aanbieden voor de grote zaal en minder bekende muzikanten of aanstormende talenten voor de kleine zaal. Aangezien Poppodium Boerderij slechts over één grote zaal beschikt met een capaciteit van 750 personen is het kostentechnisch lastig om een band te programmeren die bijvoorbeeld slechts 200 bezoekers trekt. De grote zaal en het podiumcafé kunnen op dit moment niet onafhankelijk van elkaar functioneren. Indien er een concert in de grote zaal plaatsvindt, dient het podiumcafé als een foyer. Wanneer er een concert in het podiumcafé wordt geprogrammeerd kan er niets in de grote zaal geprogrammeerd worden. Kortom, het is risicovol om een opkomende band in het podiumcafé te programmeren, als dit betekent dat er een bekende en hierdoor financieel aantrekkelijke band moet worden afgeslagen.

De capaciteit van het podiumcafé is in veel gevallen ontoereikend om als kleine zaal te dienen. Het feit dat het podiumcafé en de grote zaal niet onafhankelijk van elkaar kunnen worden gebruikt beperkt de mogelijkheden op het gebied van de programmering. De Boerderij streeft naar een toekomstbestendig programmeringsbeleid.

2

VOORUITBLIK 2022-2025

Poppodium Boerderij wordt door de gemeente Zoetermeer gezien als culturele basisinstelling. De culturele basisinstellingen hebben in 2021 een convenant getekend en hiermee de opdracht aan- genomen om bij te dragen aan het versterken van het cultureel vermogen en de stadscultuur van Zoetermeer verder te ontwikkelen.

Wij doen dit door het arrangeren van uitdagende culturele ontmoetingen voor de inwoners van Zoetermeer. In de visie 'De stad leeft, leve de stad. Zoetermeerse Cultuurvisie 2030' zijn de aandachtsgebieden vertaald naar acht programmalijnen. Poppodium Boerderij zet haar expertise, netwerk en organisatiekracht naar vermogen in om de stadscultuur en culturele branding van Zoetermeer te versterken. Het bestuur hanteert de Governance Code Cultuur en binnen de kaders van de popsector houden we rekening met de Fair Practice Code. In samenwerking met de andere culturele instellingen in Zoetermeer werken wij vanuit een inclusieve visie op programmeren. Hierbij wordt gelet op de kracht van elke instelling met betrekking tot het bereiken van diverse doelgroepen. Op deze manier proberen we ook (nieuwe) inwoners van Zoetermeer naar ons podium te trekken die nog niet bekend zijn met de Boerderij. We hopen de komende jaren, in samenwerking met de afdeling citymarketing, de culturele branding van Zoetermeer verder te ontwikkelen. De zichtbaarheid van evenementen zorgt ervoor dat inwoners trots zijn op hun stad en vergroot de aantrekkelijkheid van de stad Zoetermeer voor bezoekers uit de rest van Nederland en het buitenland.

2.1 ONTMOETEN, BELEVEN EN KWALITEIT

Poppodium Boerderij fungeert als een ontmoetingsplaats voor muzikanten en liefhebbers van popmuziek. We maken samen het theater, de bibliotheek, het museum, CKC en Franx deel uit van de culturele basis- infrastructuur van Zoetermeer. In het door de gemeente gemaakte stadsessay 'pionieren en vernieuwen' wordt de vrijetijdseconomie als belangrijk domein benoemd. Naast de grote leisurebedrijven in Zoetermeer zoals

Snow World spelen het Stadstheater en Poppodium Boerderij een belangrijke rol als herkenbare 'merken' in dat profiel, zowel voor Zoetermeerders als voor bezoekers van buiten de stad.

De beleidsdoelen van de gemeente Zoetermeer in het vrijetijdsdomein zijn: ontwikkelen, beleven en ontmoeten. Met 120 concerten per jaar en ruim 50.000 bezoekers levert de Boerderij een belangrijke bijdrage aan die 'culturele bruis en beleving' in Zoetermeer. Met uitstapjes zoals programmering in het Stadstheater ontmoeten ook verschillende doelgroepen elkaar (klassiek, theater en pop).

Kwaliteit staat hoog in het vaandel bij Poppodium Boerderij. Wij hechten veel waarde aan de mening van onze bezoekers. Door middel van publieksonderzoeken (enquêtes) monitoren wij wat hun wensen zijn. Door de technische ontwikkelingen zijn bezoekers in de loop der jaren kritischer geworden als het gaat om de kwaliteit van de licht- en geluidinstallatie waarmee wordt gewerkt. Wij volgen de technische ontwikkelingen op de voet. Waar mogelijk wordt geïnvesteerd om de kwaliteit te waarborgen. In het kader van gehoorbescherming zijn wij aangesloten bij het nationale initiatief 'I Love My Ears'. Zo zorgen wij voor een veilig geluidsvolume, worden er geluidsmetingen uitgevoerd en zijn er goede oordoppen verkrijgbaar in onze zaal. Vrijwilligers worden intensief ingewerkt en wij benadrukken dat klantvriendelijkheid een belangrijk punt is van onze organisatie. Op het gebied van horeca is Poppodium Boerderij in bezit van de vereiste horecavergunningen. Medewerkers hebben inzicht en kennis op het gebied van Sociale Hygiëne en er is aandacht voor HACCP (risico-inventarisatie voor voedingsmiddelen). Wij werken met gecertificeerde portiers/beveiligers om de veiligheid te waarborgen. Daarnaast zijn er tijdens elke productie voldoende BHV-ers aanwezig. Onze technici zijn in het bezit van een VOP (voldoende onderricht persoon), zodat zij beschikken over een basiskennis met betrekking tot het veilig werken met elektra.

2.2 SAMENWERKING, POSITIONERING EN PUBLIEKSBEREIK

Poppodium Boerderij is actief en ondernemend in lokale netwerken. Wij zijn aangesloten bij de Businessclub van Netwerk Zoetermeer en we werken samen met lokale bedrijven en ondernemers. In samenwerking met lokale ondernemers zijn er arrangementen ontwikkeld om bezoekers van concerten een complete beleving aan te bieden. Zo kunnen bezoekers tegen aantrekkelijke voorwaarden overnachten bij hotel Golden Tulip Zoetermeer-Den Haag.

Voor andere culturele instellingen zowel op lokaal, regionaal als op landelijk niveau, is de Boerderij een betrouwbare partner met een schat aan ervaring. Deze kennis en expertise wordt graag gedeeld. In Zoetermeer wordt samengewerkt met grote culturele spelers waaronder het Stadstheater (concerten op locatie) en het CKC (presentaties van muzikanten), Netwerk Zoetermeer, scholen zoals Oranje Nassau College (muziekavond), festivals waaronder het Blues Festival Zoetermeer en muziekscholen zoals MusicSoulhouse (presentatie lokaal talent). Wij werken ook nauw samen met andere poppodia en festivals in Nederland, waaronder Melkweg (Amsterdam), Paard (Den Haag), Baroeg (Rotterdam), Vorstin (Hilversum), Westerpop (Delft), Bospop (Weert), SummerJazz (Leiden) e.a.

Door de coronacrisis stond het programmeren in samenwerking met het Stadstheater even stil. De gesprekken over toekomstig programmeringsbeleid gingen echter wel door en beiden partijen zien volop kansen. Zo hopen we deze prettige samenwerking in 2022 weer op te pakken en te intensiveren. Er zijn concrete plannen om in 2022 een gezamenlijk programma rondom de verkiezingen te presenteren. Daarnaast hopen we ook gezamenlijk een indoor cross-over festival op poten te zetten.

Tijdens het samspraakproces met betrekking tot de Cultuurvisie zijn we in contact gekomen met de directie van het Nationaal Videogame Museum. Muziek speelt een belangrijke rol in het gamecircuit. We zien daarom ook kansen om in de toekomst gezamenlijk cross-over activiteiten te organiseren. Zo wordt er gedacht aan een indoor game/muziek festival. De activiteiten van het Nationaal Videogame Museum vormen een onderdeel van de popcultuur en we verwachten dan ook dat we met cross-over activiteiten onze bezoekers en de doelgroepen van het museum zullen bereiken.

Naast traditionele media, zoals regionale radio en -kranten, spelen social media een belangrijke rol in de promotie van popconcerten. Jongeren lopen voorop in het gebruik van deze nieuwe media, maar ook de oudere popliefhebbers dienen niet onderschat te worden. De marketingstrategie van de Boerderij blijft zich de komende jaren richten op een combinatie van traditionele- en nieuwe promotiemiddelen. Hierbij wordt rekening gehouden met de wensen en behoeftes van de huidige bezoekers en daarnaast is er ook aandacht voor het aantrekken van nieuwe bezoekers.

2.3 TOEKOMSTBESTENDIG CULTUREEL ONDERNEMEN

Gedurende de coronacrisis hebben wij niet stilgezeten. Voor ons team was het ontzettend belangrijk om vooruit te blijven kijken. Zodoende hebben we intern een aantal belangrijke stappen gezet. Zo zijn wij overstapt naar een nieuw online ticketsysteem, waarbij wij de ticketverkoop in eigen hand hebben. Ook zijn we gaan werken met een nieuw planningssoftware systeem voor de pre-productie van concerten en de indeling van onze vrijwilligers. Daarnaast hebben we mede dankzij het Kickstartfonds de kans gepakt om onze zaal cashless te maken door de aanschaf van nieuwe kassasystemen. Door de pandemie is cashless betalen nog gebruikelijker geworden.

Zodra we meer duidelijkheid hebben over de nieuwbouw / verbouw, zouden wij meer aandacht willen geven aan thema's als duurzaamheid en toegankelijkheid. Het huidige gebouw kent zijn beperkingen en we willen niet onnodig investeren. Op het gebied van duurzaamheid en energieverbruik is eerder gekeken naar het plaatsen van zonnepanelen. Door de huidige dakconstructie is dit echter niet mogelijk. Er zijn de afgelopen jaren ook regelmatig flinke lekkages. Dit geeft aan dat er op de korte termijn gekeken zal moeten worden naar een nieuw dak. Ook de lift in ons gebouw is al jaren een heikel punt. Het probleem is dat we inmiddels al jaren in een soort wachtmodus verkeren. Het voelt niet juist om te investeren in een gebouw waarvan de toekomst onzeker is.

3

KNELPUNTEN & AMBITIES

De coronacrisis is van grote impact geweest op de popsector. De pandemie heeft benadrukt hoe belangrijk het voor mensen is om samen te komen. Het is onmogelijk om de toekomst te voorspellen. Onze resultaten zijn afhankelijk van maatregelen en beperkingen in Nederland en de rest van de wereld. Er zullen de komende jaren knelpunten zijn, maar ondanks de tegenslagen van de afgelopen periode hopen we toch ook een deel van onze ambities waar te kunnen maken.

3.1 DE IMPACT VAN CORONA EN DE BREXIT

Het ziet er naar uit dat de effecten van corona de komende jaren van invloed zullen zijn op het aantal activiteiten dat wij kunnen organiseren en de bijbehorende bezoekersaantallen. Naar verwachting zal een gedeelte van de bezoekers huiverig zijn om zich op korte termijn weer in mensenmassa's te begeven. Na alle verplaatsingen en geannuleerde concerten zal het gewoonweg even duren voordat bezoekers het vertrouwen terug hebben om kaarten te kopen. We gaan ervan uit dat we de komende jaren qua bezoekersaantallen lager uit zullen komen dan voor de pandemie. We hopen in 2025 weer op het peil te zijn van voor de coronacrisis.

OVERZICHT AANTAL TE VERWACHTEN EVENEMENTEN EN BEZOEKERSAANTALLEN 2022-2025

	2022		2023		2024		2025	
	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers	Aantal	Bezoekers
Totaal	144	27.470	159	34.670	164	39.570	174	45.850
Oefencentrum		6.000		6.500		7.000		7.500
Totaal incl. oefencentrum		33.470		41.170		46.570		53.350

De afgelopen 1,5 jaar is bijna alles weggevallen waar Poppodium Boerderij voor staat. Zoals alle podia zijn we vooral druk geweest met het verschuiven van speeldata, en dat is voor zowel programmeurs als artiesten-bureaus een ware crime. Wereldwijde tourschema's moeten worden omgegooid. Je zou daarin een lichtpuntje kunnen vinden door te zeggen: dit gebeurt overal, dus stel gewoon alles exact een jaar uit. Was het maar zo simpel. Artiesten hebben te maken met releasedata van hun platen, promotieplannen, afspraken met allerlei media en seizoensgebonden evenementen zoals festivals. Toch zijn we met deze beperkingen gaan programmeren. Door de coronacrisis waren veel zalen genoodzaakt om te reorganiseren en personeel te ontslaan. Poppodium Boerderij is hierin echter een uitzondering. We werken al jaren met een klein professioneel team, waarin de teamleden dubbelfuncties bekleden. Zo is bijvoorbeeld de directeur ook de programmeur. Door de kleine bezetting van vaste krachten en de steun van de overheid was het niet noodzakelijk om de personeelsbezetting gedurende de crisis verder in te krimpen.

Toen in oktober 2020 door het kabinet besloten werd de capaciteit terug te brengen naar 30, moesten we zelfs de optredens die we op basis van de 1.5 meter hadden geboekt afzeggen en verplaatsen in de hoop dat het maximale aantal bezoekers later weer verhoogd zou gaan worden. Dit zou uiteindelijk ook gebeuren, toen de versoepeling naar voren gehaald werd hadden we net het geplande optreden van Jack Poels van Rowwen Hèze afgezegd, dat dus toch met 62 bezoekers had door kunnen gaan.

Kortom, het was een onwerkbare situatie en ontzettend frustrerend en teleurstellend voor alle betrokkenen: muzikanten, boekers, bezoekers, onze vrijwilligers en medewerkers.

Nadat we deze tegenslag ook weer verwerkt hadden, zijn we op ons gaan richten op het streamen van zowel live- als eerder geregistreerde concerten. In het totaal zijn er 8 concerten gestreamd, die gemiddeld zo'n 400 bezoekers per keer trokken. Bijzonder dit jaar was het Bevrijdingsfestival dat op 5 mei, onder andere live vanuit de Boerderij gestreamd werd. Vanuit de Boerderij kon men vanaf 19:30 uur genieten van livestreams van Typhoon, Rondé, Son Mieux en PlusSupportAct. Dankzij de inmiddels aangeschafte streaming apparatuur konden ruim 300 vrienden en bekenden alsnog de uitvaart van de veel te vroeg overleden Oscar Kraal in de Boerderij bijwonen. Oscar Kraal werd bekend als drummer van o.a. Candy Dulfer, Frank Boeijen en Anouk.

Omdat de situatie wereldwijd nog zo onduidelijk is, heeft het merendeel van de bands die voor dit najaar geboekt stonden al besloten hun optreden te cancelen of te verplaatsen naar 2022/2023. Muzikanten die afkomstig zijn uit Engeland hebben daarnaast te maken met de gevolgen van de Brexit. Ze hebben nog onvoldoende zicht op de financiële gevolgen hiervan en zijn hierdoor heel terughoudend. Door corona zijn deze problemen uitgesteld, maar het is inmiddels voor veel bands duidelijk dat de Brexit zorgt voor onduidelijkheden en hogere productiekosten. Ons programma bestaat voor 80 % uit buitenlandse bands. Dus zal het niet meevallen het bestaande programma te vervangen met Nederlandse bands, waar straks elk podium op aangewezen is. Daarnaast willen we ook niet onze identiteit verliezen door een andersoortige programmering die niet aansluit bij ons publiek. Afhankelijk van wat er toegestaan is dit najaar, in combinatie met de voortzetting van de NOW en TVL steunmaatregelen en het aanbod, is het maar de vraag of we 2021 met een positief financieel resultaat kunnen afsluiten.

3.2 PERSONELE BEZETTING, SAMENWERKING EN EDUCATIE

In het huidige convenant schuilt het gevaar dat we door alle nieuwe doelstellingen en overlegstructuren onvoldoende toekomen aan datgene waaraan we onze goede naam en gezonde bedrijfsvoering aan ontleen, namelijk het organiseren van concerten met een bereik in binnen- en buitenland. We hebben in vergelijking met collega podia een uiterst kleine stafbezetting en nu al moeten we met regelmaat constateren dat we vanwege de vele vergaderingen met de collega instellingen niet toekomen aan ons "normale" werk. Samenwerken staat ook bij ons hoog in het vaandel, maar we hebben niet de luxe dat we zitting kunnen nemen in tal van werkgroepen. We moeten vooral voorkomen dat de Cultuurvisie tot een vergadercultuur gaat leiden. Vanwege

ons internationale karakter nemen we een bijzondere positie in binnen de 6 grote gemeentelijke instellingen. Vandaar dat het ons goed lijkt om per instelling, maar zeker voor de Boerderij een meer specifieke uitwerking te formuleren.

Cultuureducatie

Sinds 2020 maken wij deel uit van de stuurgroep Cultuureducatie met Kwaliteit. De CMK regeling is in het leven geroepen om cultuureducatie beter te verankeren in het primair onderwijs. Wij zouden graag investeren in de band met het voortgezet onderwijs. De jongeren van nu zijn immers de bezoekers van de toekomst. In de praktijk lopen wij met name tegen de frequentie van het overleg van de werkgroepen aan. Op educatief gebied ontbreekt het ons aan uren en expertise. Zonder extra personele ondersteuning op educatief gebied kunnen wij slechts een zeer beperkte bijdrage leveren. Wij zien een kleine rol in het geven van rondleidingen aan leerlingen en docenten om hen een kijkje te geven in de popsector. Op deze manier hopen wij leerlingen te inspireren om vrijwilligerswerk te doen en een studie te kiezen in de richting van techniek, licht- en geluid.

Uitbreiding van het team

In 2025 hopen wij dat onze directeur en hoofdprogrammeur de pensioengerechtigde leeftijd mag bereiken. Dit dwingt ons er toe om na te denken over de personeelsbezetting en toekomstige functies. De voorkeur van het bestuur en directie gaat uit naar het invullen van de directiefunctie binnen het bestaande team. Het is echter niet gemakkelijk om een geschikte programmeur te vinden met een netwerk dat past bij de identiteit van de Boerderij. Er zal de komende jaren gekeken moeten worden of een geschikte kandidaat zich aandient. Qua personeelskosten moeten we rekening houden met het feit dat deze nieuwe programmeur minimaal een jaar voor het vertrek van onze huidige programmeur moet worden aangesteld om zich de programmering eigen te maken en met name om geïntroduceerd te worden in het bestaande netwerk van boekingskantoren en muzikanten. Zoals eerder vermeld komen we op educatief gebied expertise en uren te kort. Binnen de huidige personeelsbezetting is het niet mogelijk om deze taken op een goede manier te vervullen. Er zal gekeken moeten worden of er matching mogelijk is of dat er op projectbasis iemand voor moet worden ingeschakeld.

3.3 HUISSTIJL

Het Fonds Podiumkunsten heeft de Boerderij aangemerkt als kernpodium. Vanwege de zaalcapaciteit, het aantal popactiviteiten per jaar en het aantal bezoekers ontvingen wij in 2010 de A-podium status. Het bestuur besloot in 2013 om de naam Stichting Jongerenwerk Zoetermeer officieel te veranderen in Cultuurpodium Boerderij. Niet alleen omdat deze naam de lading beter dekt, maar ook omdat er een nieuw tijdperk is aangebroken. De organisatie is geprofessionaliseerd, zowel qua programmering als qua bedrijfsvoering. Anno 2021 gaan we verder onder de handelsnaam Poppodium Boerderij. In 2022 lanceren wij een nieuwe huisstijl. Zowel de website, nieuwsbrief als alle andere uitingen zullen worden aangepakt.

3.4 CITYBRANDING

In het kader van programmalijn 8 'Zoetermeer geeft kleur' zien wij een rol voor ons poppodium weggelegd op gebied van culturele branding. Culturele instellingen worden in toenemende mate benut voor stadspromotie en citybranding. Poppodium Boerderij heeft een goede naam opgebouwd en kan daarom uitstekend gebruikt worden voor de promotie van de stad Zoetermeer. De Boerderij is een open en benaderbare organisatie, bezoekers en vrijwilligers fungeren als ambassadeurs. Mond-op-mondreclame is nog steeds van groot belang. Onze concerten dragen bij aan de promotie van de stad. De zichtbaarheid van culturele evenementen zorgt ervoor dat inwoners trots zijn op hun stad. Gepassioneerde inwoners zijn ten slotte dé ambassadeurs van Zoetermeer. Door middel van het intensiveren en uitbreiden van samenwerkingsverbanden van de culturele instellingen op het gebied van promotie kan de positie van Zoetermeer als een levendige uitgaansstad worden versterkt.

4

CONCLUSIE

Naar verwachting zal de nasleep van corona enkele jaren duren, maar we vertrouwen erop dat de waardevolle herinneringen van onze bezoekers ervoor zullen zorgen dat zij Poppodium Boerderij op de duur weer weten te vinden en uiteraard hopen wij met onze promotie ook toekomstige bezoekers te bereiken. In samenwerking met de gemeente Zoetermeer hopen wij de komende jaren onze toekomstplannen verder vorm te geven en te realiseren.

September 2021

Poppodium Boerderij

Amerikaweg 145

2717 AV Zoetermeer

079-3211012

www.cultuurpodiumboerderij.nl

