



POPPDIUM
BOERDERIJ



2026-2029

MEERJARENBELEIDSPAN

INHOUD

1. Inleiding

2. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit

2.1. Missie en visie

2.2. Artistieke keuzes

3. Toekomstvisie

3.1. Toekomstbestendige huisvesting
(nieuwbouw)

3.2. Investeren in personeel en organisatie

3.3. Versterken van de maatschappelijke rol

3.4. Cultuureducatie en talentontwikkeling

3.5. Lokale samenwerking als fundament

4. Programma

5. Publieksbereik en doelgroepen

5.1. Publiek

5.2. Marketing

6. De Codes

6.1. Governance Code Cultuur

6.2. Diversiteit en inclusie

6.3. Fair practice

7. Zakelijke borging

8. Tot slot

HOOFDSTUK 1
INLEIDING



Al een halve eeuw is Poppodium Boerderij de plek in Zoetermeer waar muziek, ontmoeting en beleving centraal staan. Een plek die dankzij de liefdevolle inzet van een grote groep betrokken vrijwilligers toegankelijk en dichtbij is voor iedereen. Tegelijkertijd staan we nu op een belangrijk kruispunt. Na vijftig jaar is het moment aangebroken om keuzes te maken om de toekomst van ons poppodium veilig te stellen.

Komend jaar moet er een besluit worden genomen over onze verdere ontwikkeling, met de huisvesting voorop. Om onze functie voor Zoetermeer te blijven vervullen, moeten er knopen worden doorgehakt zodat we kunnen doorgroeien naar een volgende fase. Deze meerjarenvisie markeert daarmee niet alleen een plan, maar ook een uitnodiging: om samen met onze partners, bezoekers, vrijwilligers en beleidsmakers verantwoordelijkheid te nemen voor een toekomstbestendig poppodium. Waarbij we zeker trouw blijven aan onze missie.

De kracht van ons podium ligt in de laagdrempeligheid en nabijheid: dicht op het individu en vlak bij de samenleving. Tegelijkertijd weten we dat samenwerking met partners onze impact vele malen groter maakt. Cultuur is immers geen geïsoleerd domein, maar raakt aan tal van andere beleidsvelden – van welzijn tot educatie, van stedelijke ontwikkeling tot talentontwikkeling.

Voor de periode 2026–2029 presenteren wij een meerjarenplan met vijf strategische pijlers: huisvesting, personeel, maatschappelijke rol, educatie en samenwerking. Deze pijlers geven richting aan hoe wij onze functie als poppodium verder gaan versterken en uitbouwen, en hoe we ook de komende decennia relevant en betekenisvol blijven voor Zoetermeer, de regio en ver daarbuiten.

Janine Karlas

Directeur - Poppodium Boerderij

HOOFDSTUK 2

**ARTISTIEKE EN
INHOUDELIJKE
KWALITEIT**



Met ruim 150 activiteiten, ruim 56.000 bezoekers en 120 vrijwilligers is Poppodium Boerderij één van de belangrijkste cultuurvoorzieningen in Zoetermeer. Een speler met impact: als muziektempel zijn we laagdrempelig en breed georiënteerd en maken we verschil voor uiteenlopende bezoekers, zowel in de gemeente als daarbuiten. Popmuziek en popcultuur zijn onze basis: we programmeren een hoogstaand en uitdagend muziekprogramma en spelen een rol bij talentontwikkeling en cultuurparticipatie. We spreken een brede doelgroep aan, maar dat betekent niet dat we altijd voor de grootste gemene deler kiezen. In tegendeel: we programmeren zowel voor niches als voor een brede publieksgroep.

2.1 MISSIE EN VISIE

Onze visie

We willen zoveel mogelijk mensen in Zoetermeer deelgenoot laten zijn van memorabele culturele gebeurtenissen. Want voor hoe we als mensen met elkaar omgaan, is gezamenlijk bijzondere ervaringen meemaken van groot belang. Ook zeker in Zoetermeer: een gemeente die in de jaren zestig en zeventig 'uit de grond gestampt' werd, met veel functionele woningen en gebouwen en vooral een praktisch doel om in het hart van de Randstad zoveel mogelijk mensen te huisvesten. Een gemeente die de afgelopen

jaren in cultureel opzicht veel rijker en aansprekender is geworden. En tegelijkertijd ook een gemeente met grote inkomensverschillen, waar vergrijzing speelt en er ook veel eenzaamheid is, met name onder oudere bewoners. Toegankelijke cultuur draagt bij aan een beter leefklimaat waar mensen zich gehoord en gerepresenteerd voelen, waar iedereen welkom is en er kansen zijn voor jong talent.

Onze missie

De missie van Poppodium Boerderij is mensen verbinden, verrijken en inspireren. We zijn een plek waar ontmoeting plaatsvindt via muziek, ongeacht leeftijd, achtergrond of (sub)cultuur. Een podium waar mensen bijzondere optredens meemaken, soms voor het eerst in hun leven. Maar ook een podium waar veel Zoetermeesters hun podiumdebuut maken als muzikant, waar mensen als musicus, technicus, vrijwilliger of anderszins ervaring opdoen, zelfvertrouwen opbouwen en doorstromen naar een veelbelovend vervolg. Ervaringen die vaak een diepgaand effect hebben op persoonlijke ontwikkeling. Interactiviteit is van groot belang: we presenteren niet alleen, we hebben ook een directe verbinding met allerhande mensen in de stad die ons voeden en inspireren met ideeën en initiatieven. Op die manier betrekken we steeds nieuwe generaties bij onze missie en leveren we een bijdrage aan het leefklimaat, de toekomst van de popsector en aan het culturele vermogen van Zoetermeer.

In een wereld vol polarisatie, wantrouwen en tegenstellingen is het van belang dat er verbindende elementen zijn: veilige, vrije plaatsen waar mensen zichzelf kunnen zijn met respect naar elkaar, waar bezoekers zich geaccepteerd en gewaardeerd voelen. Waar je even boven de dagelijkse realiteit wordt uitgetild, waar op een podium bijzondere dingen

"Uniek in de wereld."

*Steve Rothery
(Marillion)*

plaatsvinden, en die artiest op dat podium tegelijkertijd niet heel ver van je af staat.

Als podium voor popcultuur kunnen we bruggen slaan van professionele artiesten naar amateurkunst, van artistieke programmering naar het sociale domein en van onze eigen zaal naar andere bijzondere locaties in de stad. We zijn laagdrempelig en benaderbaar, spreken 'gewone mensentaal' en hanteren tegelijkertijd duidelijke kwaliteitsnormen in ons artistieke beleid.

2.2 ARTISTIEKE KEUZES

Voor ons artistieke beleid maken we keuzes. Sommige dingen doen we wel, andere juist niet. Daarbij spelen vragen als:


- Is de betrokken artiest of het betreffende programma artistiek van hoog niveau: origineel, vakmanschapmatig en/of qua zeggingskracht?
- Hebben we een duidelijk beeld van de publieksdoelgroep? Dat hoeven overigens niet per se 'veel' mensen te zijn: een concert kan ook een grote impact hebben op een kleinere groep.
- 'Past' het bij ons profiel en bij onze expertise?
- Onderscheiden we ons hiermee met wat er verder in de stad, regio of in Nederland gebeurt?

In de afweging van de antwoorden daarop maken we keuzes. Soms hebben we niet op alle vragen een volledig antwoord, dat hoort erbij. Ook onze artistieke koers is doorlopend aan verandering onderhevig, aan 'learning

moments', realisaties en openbaringen die je soms onverwacht iets meegeven of leren.

En natuurlijk zijn we blij met uitverkochte concerten: dat betekent dat onze artistieke visie door veel mensen wordt gedeeld. Maar het is ook belangrijk dat er kleinere producties blijven plaatsvinden die niet per se uit de kosten komen. Het hoort ontegenzeggelijk bij Poppodium Boerderij dat we investeren in jonge acts, in niche-programmering of evenementen waarvan we vinden dat ze iets substantieels toevoegen. We maken regelmatig mee dat een concert na twee edities ineens dubbel zoveel publiek trekt. Of dat een act na twee jaar opnieuw in Poppodium Boerderij optreedt, maar dan ineens voor een uitverkocht huis.

Zo trok de Britse progressive rockband Haken in 2013 bij hun debuut in de Boerderij nog 122 bezoekers. In 2016 was dat een publiek van 600 bezoekers en drie jaar later verkochten ze met gemak de tent uit. Haken is sindsdien uitgegroeid tot een van de meest opmerkelijke bands in hun genre.



*'Het is de sfeer van de plek,
en de mensen die hier werken.
Niets is hier te veel moeite.'*

*Steve Hackett
(ex-Genesis)*

TERUGBLIK AFGELOPEN PERIODE

Onze geschiedenis gaat terug tot begin jaren '70, toen een leegstaande boerderij aan de Voorweg werd gekraakt als ontmoetingsplek voor jonge muzikkliefhebbers. Vanaf 1975 wordt de Boerderij gesubsidieerd door de gemeente Zoetermeer en sinds 1998 zijn we gehuisvest in een speciaal gebouwd pand. Daar hebben de afgelopen jaren duizenden optredens, manifestaties en bijzondere evenementen plaatsgevonden. 'Iedereen is welkom' is al sinds het begin het motto: we hebben vele generaties Zoetermeeders een plek geboden, als publiek maar heel vaak ook als vrijwilliger, en daar hebben velen het nog steeds over. In de Boerderij kon je hangen, flirten, van optredens genieten, gezellig zijn, een biertje (of iets anders) drinken en kon ook nog wel eens een stevige discussie worden gevoerd. Van een kraakhol met lekkend dak zijn we een professioneel podium geworden dat internationaal erkend wordt, een culturele speler van formaat in Zoetermeer.

Poppodium Boerderij heeft in de loop van de jaren steeds sterker een eigen identiteit ontwikkeld, waarbij progrock, classic rock,

blues, metal en andere genres bepalend zijn. Dat is best bijzonder, want in onze regio is geen gebrek aan goed functionerende poppodia. Poppodium Boerderij is voor veel acts in deze genres een vaste 'spot' in de tournee en er is een trouw publiek dat letterlijk van heinde en verre komt om die optredens bij te wonen. Met veel artiesten heeft de Boerderij een hechte persoonlijke band en dat levert regelmatig unieke optredens op. Met name de gastvrijheid en de professionaliteit van Poppodium Boerderij worden vaak genoemd en geroemd.

Ons podium is ook flink gegroeid in publieksaantallen: bezochten in 2000 45.000 mensen het poppodium, in 2024 waren dat er ruim 56.000. Naast een groot publieksbereik kent de Boerderij ook een breed draagvlak in de muziekindustrie, bij cultuurliefhebbers in de gemeente en bij allerlei instanties en instellingen in de stad. Natuurlijk zijn we blij met de groei en trots op dat draagvlak maar tegelijkertijd levert het ook uitdagingen op. Een uitdaging is bijvoorbeeld dat de faciliteiten van de huidige zaal niet meer passen bij hoe een poppodium anno 2025 opereert, zeker niet wanneer je ook talentontwikkeling serieus wilt oppakken.

Want onze zaal – met een capaciteit van 750 bezoekers – is bijvoorbeeld niet ideaal voor indoor-festivals of dubbelprogramming, en te groot voor veel lokale acts die nog aan het begin van hun ontwikkeling staan. Hoe belangrijk het ook is voor de Boerderij om jonge acts een podium te bieden, een dergelijk programma is economisch behoorlijk onrendabel en voor de betreffende act is het bovendien niet erg motiverend om voor een relatief bescheiden publiek op zo'n angstwekkend groot podium te staan. Dat is een belangrijke reden om ruimte te scheppen voor een kleine zaal van 400 bezoekers, en van meer schaalbaarheid in het gebruik van de verschillende zalen.

Zevenentwintig jaar na de verhuizing naar de huidige locatie staat Poppodium Boerderij nu opnieuw op een punt van doorontwikkeling, op een punt waarop geïnvesteerd moet worden in de toekomst om bij te dragen aan het cultureel vermogen van Zoetermeer.

HOOFDSTUK 3
TOEKOMSTVISIE



Poppodium Boerderij wil zich de komende jaren ontwikkelen tot een toekomstbestendige culturele instelling. In een snel veranderende samenleving, waarin culturele beleving, maatschappelijke betrokkenheid en talentontwikkeling steeds belangrijker worden, kiezen we bewust voor vernieuwing en versterking op vijf strategische pijlers: huisvesting, personeel, maatschappelijke rol, educatie en samenwerking.

3.1 TOEKOMSTBESTENDIGE HUISVESTING (NIEUWBOUW)

De huidige huisvesting van Poppodium Boerderij voldoet niet aan de eisen van de toekomst. Om een duurzaam en toegankelijk podium te blijven, is nieuwbouw noodzakelijk. Ons streven is een multifunctioneel gebouw dat openstaat voor iedereen en klaar is voor de komende decennia: duurzaam, flexibel inzetbaar, goed bereikbaar en voorzien van moderne faciliteiten voor artiesten, publiek, jongeren en partners.

Van een bezoekerscapaciteit van 750 in één zaal nu, gaan we naar twee zalen, vergelijkbaar met andere poppodia in Nederland: een grote zaal met een capaciteit van 1300 bezoekers en een kleine van 400 bezoekers. Beide flexibel te gebruiken en naar wens te voorzien van zitplaatsen voor bezoekers die daar in toenemende mate om vragen. Deze schaalvergroting zorgt ervoor dat Poppodium Boerderij de komende decennia succesvol kan blijven opereren en verder de vleugels kan uitslaan.

Op die manier kan Poppodium Boerderij beter mee bouwen aan lokaal, internationaal en nationaal talent, grotere namen naar Zoetermeer halen en tegelijkertijd onze faciliteiten vaker beschikbaar stellen voor maatschappelijke en zakelijke events. Dat betekent dat acts als Douwe

Bob, Ilse de Lange, Froukje, Typhoon en Blaudzun, die nu 'te groot' zijn voor onze locatie, in de nieuwe situatie wél kunnen worden geboekt.

Daarnaast biedt de nieuwbouw ook kansen om de zichtbaarheid en aantrekkingskracht van het podium te vergroten en beter te voldoen aan de wensen van een diverse en inclusieve doelgroep. Er komt ruimte voor nieuwe ontwikkelingen, 'upcoming acts' – vaak ook lokaal talent - die een nieuw en jong(er) publiek aanspreken. Ruimte voor aanbod van cultuureducatie en participatie, samen met het onderwijs en andere partners in Zoetermeer en regio. Poppodium Boerderij is een presentatieplek voor talent en wil in de nieuwbouw nog meer inzetten op het bereiken van de jeugd in Zoetermeer. Vernieuwing en schaalvergroting van het poppodium brengt vernieuwing met zich mee van de organisatie: team en vrijwilligers. Poppodium Boerderij moet zich blijven ontwikkelen.

3.2 INVESTEREN IN PERSONEEL EN ORGANISATIE

Een toekomstbestendig poppodium vraagt om een wendbare, deskundige en gemotiveerde organisatie. Poppodium Boerderij zet daarom in op duurzame inzetbaarheid van personeel, professionele ontwikkeling en diversificatie van het team. Vrijwilligers blijven een onmisbare schakel, maar worden ondersteund door een kernteam van professionals die daadkrachtig kunnen inspelen op actuele ontwikkelingen in de sector.

Een benchmark uitgevoerd door Rento Zoutman, heeft uitgewezen dat we een krappe personeelsbezetting hebben in vergelijking met andere podia. De basis mag dan stabiel zijn, de werkdruk is wel stevig en veel teamleden hebben dubbelfuncties: impliciet een kwetsbare

situatie. De beoogde schaalvergroting en het werken met twee zalen maakt uitbreiding van de formatie en professionalisering noodzakelijk.

Daarom zet Poppodium Boerderij de komende jaren in op het versterken van de organisatiebasis. Dit doen we door te investeren in een stabiel team van betaald personeel en het actief aantrekken van jonge vrijwilligers. Daarnaast willen we meer stagiaires de kans bieden om waardevolle praktijkervaring op te doen, met name op het gebied van techniek. Daarmee richten we ons niet alleen op de continuïteit van onze programmering, maar ook op het binden van nieuwe generaties aan ons podium. Jonge vrijwilligers en stagiaires vormen de kweekvijver voor het personeel van de toekomst en dragen bij aan een levendige, duurzame en toekomstbestendige organisatie.

Daarnaast ambiëren we ook een goede werkgever te zijn, een veilige werkplek te bieden en ons personeel de mogelijkheid te bieden zich te ontplooiën en ontwikkelen. Voor ons personeel investeren we bijvoorbeeld in cursussen en workshops, en we laten een delegatie van het personeel deelnemen aan branche-evenementen zoals het VNPF-Congres en Eurosonic Noorderslag.

3.3 VERSTERKEN VAN DE MAATSCHAPPELIJKE ROL

Poppodium Boerderij is meer dan een plek voor livemuziek alleen. We profileren ons als een verbindende ontmoetingsplek voor uiteenlopende doelgroepen: jong en oud, professionals en liefhebbers, makers en publiek. We zetten in op publieksverbreding en -vernieuwing, met speciale aandacht voor jongeren, op het podium en achter de schermen. Onze

programmering draagt bij aan sociale cohesie, talentontwikkeling en culturele participatie.

Uit de Stadspeiling Kunst en Cultuur van de Gemeente Zoetermeer uit 2024 blijkt dat 18,6% van de respondenten signaleert dat er aanbod wordt gemist voor de doelgroep jongeren van 13 t/m 21 jaar, en dat Zoetermeer meer uitgaansgelegenheden nodig heeft. Daar zien we een taak. De verantwoordelijkheid die we nemen betekent dat in onze programmering meer ruimte komt om bijzondere evenementen te organiseren voor specifieke doelgroepen. De afgelopen jaren is bijvoorbeeld een Queer Poetry Night georganiseerd en hebben we geïnvesteerd in doventolken bij een aantal concerten. Een evenement als Festival de Zoete Inval in samenwerking met MusicSoulHouse heeft zich inmiddels bewezen als belangrijk platform voor talentontwikkeling in de stad. Ook biedt Poppodium Boerderij ruimte aan bijvoorbeeld de Politie of de Gemeente om vergaderingen of andere bijeenkomsten te organiseren, en vinden er in de Boerderij regelmatig netwerkbijeenkomsten voor lokale ondernemers plaats.

Het is ook van belang dat we substantieel goedkoop of gratis programma aanbieden en samenwerken met partners als gro-up jongerenwerk, Wijck en Stichting Piëzo om actief mensen met een smallere beurs of een beperking de kans te geven cultuurprogramma's mee te maken. Een aanzienlijk deel van wat in het podiumcafé geprogrammeerd staat, is gratis toegankelijk en anders is de entreprijs bescheiden.

Vrijwilligers

We mogen terecht heel trots zijn op onze vrijwilligers: sinds jaar en dag vormen ze het fundament en zijn ze actief in vrijwel alle onderdelen van de organisatie: van bar en kaartcontrole tot productie leider, publieksbegeleiding en techniek. Hun inzet maakt het mogelijk om een veelzijdig en hoogwaardig programma te bieden, zonder afbreuk te doen aan wat ons poppodium zo bijzonder maakt: een warme, persoonlijke sfeer, met veel aandacht voor de individuele bezoeker.

Vrijwilligers blijven doorgaans jarenlang bij Poppodium Boerderij betrokken en brengen niet alleen tijd en energie in, maar ook kennis, continuïteit, creativiteit en een gevoel van verbondenheid. Voor veel van hen is de Boerderij meer dan een plek om te werken – het is een gemeenschap waarin zij zich ontwikkelen, anderen ontmoeten en een bijdrage kunnen leveren.

Vrijwilligerswerk bij Poppodium Boerderij vervult ook een bredere maatschappelijke functie. Het biedt inwoners van Zoetermeer een kans om actief deel te nemen aan het sociale en culturele leven van de stad. Het versterkt de cohesie door mensen met verschillende achtergronden en leeftijden te verbinden. Het creëert een plek waar samenwerking, wederzijds respect en gedeelde passie centraal staan. Zo draagt

Poppodium Boerderij niet alleen bij aan het culturele aanbod, maar ook aan een sterker, hechter en veerkrachtiger Zoetermeer.

We verwachten de komende jaren geleidelijk

'Hier tien jaar geleden begonnen als stagiair... en nooit meer weggegaan!'

*Marc Buis
Vrijwilliger*

naar 150 vrijwilligers toe te groeien (nu: 120) en wanneer de nieuwbouw gerealiseerd is, willen we dat uitbreiden naar 180 tot 200 vrijwilligers.

3.4 CULTUUREDUCATIE EN TALENTONTWIKKELING

Poppodium Boerderij werkt actief samen met scholen, kunstvakopleidingen en jongerenorganisaties om jonge mensen kennis te laten maken met popcultuur, zowel op het podium als achter de schermen. Partners zijn bijvoorbeeld de Herman Brood Academie, Grafisch Lyceum Rotterdam, Codarts Rotterdam, Jinc Bliksemstages, MusicSoulHouse, CKC & Partners en middelbare scholen in de gemeente. Middels workshops, masterclasses, stages en co-creatieprojecten bieden we ruimte aan jong talent om zich artistiek en professioneel te ontwikkelen. Dit draagt bij aan een levendige, lokale popcultuur en aan de doorstroming van jonge makers in de sector.

We noemden eerder Festival De Zoete Inval, een initiatief van MusicSoulHouse en Poppodium Boerderij, als belangrijk voor jong optalent. Daarnaast maakt Poppodium Boerderij sinds 2022 gebruik van de Brede Regeling Combinatiefuncties (BRC). Daarvoor is een cultuurcoach aangesteld die zich richt op talentontwikkeling en cultuureducatie, en die een brugfunctie vervult tussen het podium, het onderwijs, jong talent en de culturele omgeving van Zoetermeer. Jaarlijks worden programma's opgezet die jongeren op een laagdrempelige manier in contact brengen met popmuziek, techniek en productie. Ook is er aandacht voor beginnende muzikanten en andere makers (bijvoorbeeld spoken word), onder andere door coaching trajecten aan te bieden. Zo zijn er masterclasses over licht-

en geluidstechniek, over hoe je je als performer presenteert en over 'songwriting', met tips en tricks voor het maken van eigen nummers. Daarnaast volgden een flink aantal VO klassen DJ workshops. Heel praktisch laten we jong poptalent hun eerste artistieke schreden zetten in ons podiumcafé – daar vonden in 2024 30 concerten plaats.

De aanwezigheid van de cultuurcoach draagt tevens bij aan de maatschappelijke rol die Poppodium Boerderij vervult: niet alleen als podium voor gevestigde namen, maar ook als springplank voor nieuw talent en plek voor educatie en ontmoeting. Bijzonder in 2024 was bijvoorbeeld dat de Britse bluesgitarist Matt Schofield de dag voor zijn optreden in de Boerderij een masterclass verzorgde voor een keur aan lokale (amateur)gitaristen, die daarmee een unieke inzage kregen in Schofield's inzichten en speltechniek.

De komende vier jaar zetten we sterk in op het vergroten van de zichtbaarheid en toegankelijkheid van Poppodium Boerderij voor jongeren. We laten middelbare scholieren actief kennis maken met ons podium, onze programmering en de wereld van livemuziek. Daarbij besteden we bijzondere aandacht aan het speciaal onderwijs, waaronder Kentalis, dat op korte afstand van ons podium ligt. We kiezen nadrukkelijk voor een kwalitatieve benadering waarin interactiviteit centraal staat: leerlingen zijn niet alleen toeschouwer, maar ook deelnemer.

Samen met partners zoals MusicSoulHouse ontwikkelen we een samenhangend en aantrekkelijk educatief aanbod waarin workshops, rondleidingen, kleinschalige optredens en ontmoetingen met artiesten elkaar versterken. Op deze manier laten we jongeren op een

laagdrempelige manier ervaren wat popcultuur voor hen kan betekenen en stimuleren we hen om hun eigen talenten te ontdekken en te ontwikkelen.

Daarnaast nemen we actief deel aan het beroepenfeest van Zoetermeer On Stage, waar we jongeren informeren over de verschillende functies en carrièremogelijkheden binnen de culturele en creatieve sector. Door deze gecombineerde aanpak vergroten we onze maatschappelijke relevantie en creëren we duurzame verbindingen met de jongere generatie in Zoetermeer en omgeving.

Op de lange termijn streeft Poppodium Boerderij ernaar dat de verbinding tussen cultuur en onderwijs een vanzelfsprekend onderdeel wordt van het opgroeien in Zoetermeer. Eigenlijk moet iedere jongere tijdens zijn of haar middelbare schooltijd in aanraking komen met ons poppodium, zodat ze niet alleen weten wat een poppodium is, maar er ook een persoonlijke ervaring mee of herinnering aan hebben. Daarmee wordt Poppodium Boerderij ook voor deze doelgroep een herkenbaar en vertrouwd cultureel baken in de stad. Door deze structurele verbinding dragen we bij aan burgerschap, creatieve ontwikkeling en talentontplooiing. Bovendien sluit popcultuur naadloos aan bij de identiteit van Zoetermeer als 'new town': een jonge, dynamische stad die zich blijft vernieuwen en waar ruimte is voor experiment, ontmoeting en zelfontplooiing. Zo versterken we een generatie die zich verbonden voelt met popcultuur en die vanzelfsprekend de weg naar ons podium weet te vinden, ongeacht of zij die via ouders, vrienden of eigen initiatief ontdekken.

3.5 LOKALE SAMENWERKING ALS FUNDAMENT

Toekomstbestendigheid betekent ook: stevig geworteld zijn in de stad. Poppodium Boerderij werkt met lokale partners zoals MusicSoulHouse, de zes culturele basisinstellingen, scholen, welzijnsorganisaties en vele andere culturele en maatschappelijke spelers. Gezamenlijk bouwen we aan een cultureel ecosysteem waarin jongeren, makers en publiek elkaar ontmoeten en inspireren.

Daarnaast investeren we in structurele samenwerking met het lokale bedrijfsleven. Ondernemers zijn waardevolle partners in het versterken van de economische en maatschappelijke impact van Poppodium Boerderij. Door gezamenlijke programmering, co-creatie, sponsoring en kennisdeling ontstaat een duurzame wisselwerking tussen cultuur en ondernemerschap die bijdraagt aan een vitaal en innovatief Zoetermeer.

We lichten een paar belangrijke partners van Poppodium Boerderij uit:

Gemeente Zoetermeer: als onze voornaamste subsidiepartner is de gemeente van groot belang. Toch behelst de relatie met de gemeente beduidend meer dan alleen het financiële. We zijn regelmatig in overleg om bij te dragen aan een brede cultuurvisie op de stad en we dragen bij aan cultuureducatie en participatie.

De B6: een samenwerkingsverband tussen de zes grootste culturele instellingen in de stad. Doel van dit overleg is gezamenlijk de culturele infrastructuur te versterken, activiteiten op elkaar af te stemmen en samen projecten te ontwikkelen. De B6 bestaat uit Stadstheater Zoetermeer, CKC & partners (centrum voor kunst en cultuur), Bibliotheek Zoetermeer, Nationaal Videogame Museum, Kunstgarage Franx en

Poppodium Boerderij. De B6 stemt af over beleid, subsidie en gezamenlijke programmering. Ook werken we vaak samen op het gebied van cultuureducatie, talentontwikkeling, publieksbereik en gezamenlijke promotie.

Scholen en opleidingen: voor het Cultuurshot-initiatief werken we intensief samen met middelbare scholen, zoals ONC Parkdreef, Erasmus College en Alfrink College, om zo jongeren de mogelijkheid te bieden heel laagdrempelig met popmuziek bezig te zijn. Niet alleen als musicus overigens, ook wanneer het gaat om promotie en techniek: het festival dat in 2024 plaatsvond, was daarmee zowel vóór als dóór jongeren.

MusicSoulHouse: een muziekschool in Zoetermeer die zich richt op talentontwikkeling, muziekeducatie en community-building. Ze bieden een breed scala aan activiteiten, waaronder muzieklessen, workshops en bandcoaching. Daarnaast beheren zij ook de oefenruimtes in het gebouw van Poppodium Boerderij.

Herberg Oude Kerk: is de oudste kerk van Zoetermeer en biedt een sfeervolle setting voor kleinschalige akoestische optredens. Met dit samenwerkingsverband verbinden we muziek met de rijke geschiedenis van de stad.

Voor de komende periode willen we de bestaande samenwerkingen intensiveren en uitbreiden. Een uitbreiding van onze programmering en een groei van de organisatiecapaciteit stelt Poppodium Boerderij in staat om meer maatschappelijke impact te creëren, wat naadloos samengaat met meer samenwerking met deze en andere partners.

SAMENWERKING CULTURELE BASISINSTELLINGEN (B6)

De samenwerking met andere culturele basisinstellingen in Zoetermeer is een essentieel onderdeel van onze missie om kunst en cultuur toegankelijk en impactvol te maken voor alle Zoetermeerders. In lijn met de Cultuurvisie 2030 zien wij het belang van een sterke, samenwerkende culturele infrastructuur. Juist in een stad in ontwikkeling als Zoetermeer maken culturele instellingen samen het verschil.

Met onze B6-partners – het Stadstheater, Kunstgarage Franx, de Bibliotheek, CKC & Partners en het Nationaal Videogame Museum – bouwen we aan een rijk cultureel ecosysteem waarin iedere partij vanuit eigen kracht bijdraagt. Samen dragen we de verantwoordelijkheid voor een divers en inclusief aanbod dat voor iedereen toegankelijk is en Zoetermeer aantrekkelijker maakt voor bezoekers. Deze samenwerking vergroot onze slagkracht en maakt betekenisvolle projecten mogelijk die de stad verbinden, inspireren en verrijken. Initiatieven zoals Zoetermeer Backstage, Cultuurshot en Route079 zijn daar mooie voorbeelden van.

De samenwerking is geen bijzaak, maar een randvoorwaarde om onze missie waar te maken. In een tijd waarin verbinding en verbeelding essentieel zijn, schuilt de kracht van cultuur in gezamenlijke inzet en de moed om samen iets groters te bouwen dan jezelf.



HOOFDSTUK 4
PROGRAMMA



Primair programmeert Poppodium Boerderij een programma aan moderne popcultuur. En om dat begrip even te duiden: voor de Boerderij is 'popcultuur' een verzameling uitingen die in de kern wordt gedreven door muziek maar uitwaaiert naar kleding, design, gaming, beeldende kunst, media en andere cultuur. Popcultuur draagt bij aan de identiteit van mensen, stuurt en inspireert, zorgt voor representatie en verbinding. Initiatieven komen vaak 'bottom up' tot stand en het verschil tussen amateur- en professionele status is vaak fluide: met of zonder diploma beginnen mensen gewoon met muziek maken of dingen te organiseren, gelijkgestemden en platforms te zoeken, en zo ontstaat er herkenning binnen een 'scene' die zichzelf doorlopend inspireert en versterkt. Kenmerkend voor popcultuur is dat er doorlopend van onderop nieuwe impulsen plaatsvinden: nieuwe acts, artiesten, (sub)genres en evenementen. Dat levert een bijzonder levendig en veelkleurig geheel op.

Opvallend is dat die popcultuur niet altijd generationeel afgescheiden is. Integendeel: op levende blueslegende Walter Trout komen zowel twintigers als zeventigers af. Het lijkt erop dat het idee van de generatiekloof enigszins achterhaald is maar we zien tegelijkertijd dat muziek voor iedere nieuwe generatie een enorm motiverende en emanciperende werking heeft, ook bijvoorbeeld voor de queer community. In de loop van de jaren heeft de Boerderij een profiel opgebouwd, een 'programmeringsbackbone' waar veel mensen ons van kennen en om waarderen, waarin we ons duidelijk onderscheiden van andere podia. Dat profiel formuleren we langs deze lijnen:

- (Inter)nationale programmering van bands en acts

Kern hiervan is een zowel voor Nederland als internationaal uitmuntend programma rondom genres als progressive rock, blues en bluesrock, classic rock, jazz/fusion en Nederlandse popmuziek. De Boerderij heeft daarmee een uniek profiel in het Nederlandse podiumlandschap en trekt bezoekers uit het hele land en internationaal. Dit als 'niche programmering' te kwalificeren zou de Boerderij tekort doen: daarvoor is het aantal muziekstijlen te breed, van 'alternative new wave' tot blues, folk, jazz/fusion, americana, poprock, soul/funk/disco en nieuwe stromingen als progmetal en djent die met name bij een jong publiek aanslaan. Regelmatig staan er 'tribute acts' op het podium. Boerderij wordt in de popsector gezien als een gespecialiseerd podium voor een publiek dat door andere podia in Nederland nauwelijks wordt bediend.

- Lokale bands en acts

Poppodium Boerderij heeft een stedelijke functie en biedt presentatie- en ontwikkelmogelijkheden aan talent uit Zoetermeer en regio, samen met partners uit onderwijs en cultuur. De oefenruimtes die in ons pand aanwezig zijn, zijn daarbij ook van belang. Lokale bands en acts opereren vaak vanuit een 'scene' of community van mensen die zich met elkaar verbonden voelen. Als podium willen we deze mensen een plek bieden, door optredens van bands of acts, maar mogelijk ook door speciale avonden of evenementen die vanuit henzelf zijn ontstaan.

- Bijzondere initiatieven voor speciale doelgroepen

Vanuit onze ambitie om er voor álle Zoetermeeders te zijn, hebben we een actieve benadering van hoe we mensen en initiatieven een plek geven. Om aan onze missie te voldoen, is het van belang om open te staan voor initiatieven die in de stad spelen en die urgent en relevant zijn. Als poppodium zijn we zeker laagdrempelig, toch is het zaak open te staan voor 'wat er speelt'. Dat doen we door een groot aantal contacten te onderhouden: met het sociale domein, met ondernemers en instanties, of gewoon met heel betrokken individuen die we als 'kartrekker' dan graag faciliteren. Zo zijn er regelmatig ondernemersbijeenkomsten in Poppodium Boerderij en zijn we initiatiefnemer van Backstage, de open dag van de Zoetermeerse cultuurinstellingen.

Ambities programmering

Vanuit de basis die we met onze programmering hebben opgebouwd, willen we de komende jaren verder verbreden en verdiepen. De nieuwbouw gaat ons in staat stellen om grotere acts naar Zoetermeer te halen, om acts die de Boerderij 'ontgroeid' zijn toch weer een plek te bieden. Een kleine zaal van 400 bezoekers geeft ons de gelegenheid meer Nederlandse, lokale en regionale programmering op te zetten. Ook betekent de nieuwe kleine zaal dat we meer kunnen doen met lokale popinitiatieven.

Landelijk bestaat de trend bij poppodia om steeds veiliger te programmeren, maar de Boerderij wil voorkomen dat de programmering daardoor uit evenwicht raakt. Sinds het SBS-programma The Tribute: Battle of the Bands is de aandacht voor tribute bands sterk toegenomen en ook het aanbod lijkt zo ongeveer onuitputtelijk. Poppodium Boerderij maakt hier scherpe keuzes om de balans tussen bands met eigen werk en tribute acts te blijven bewaken. Want het is belangrijk om de komende jaren ruimte te scheppen voor vernieuwing en experiment, waarbij we tegelijkertijd werken aan uitbreiding van de programmering en nieuwe doelgroepen aanspreken. Zo gaan we inzetten op progressieve metal, omdat de ervaring leert dat hardere rockgenres over het algemeen een jonger publiek trekken.

Deels zal deze nieuwe programmering tijdens in de vorm van reguliere concerten plaatsvinden, deels ook in festivalvorm. Daarnaast willen we de komende jaren het aantal commerciële verhuringen uitbreiden en meer plek bieden aan cultuureducatie, participatie en lokale programmering.

HOOFDSTUK 5
**PUBLIEKSBEREIK
EN DOELGROEPEN**



5.1 PUBLIEK

Ons publiek is trouw en betrokken. Uit enquêtes blijkt dat 50% van de respondenten de Boerderij 2-5 keer per jaar bezoekt. We oogsten een hoge waardering op sfeer, klantvriendelijkheid en horecafaciliteiten, en onze bezoekers zijn bereid een flink stuk te reizen om bij de concerten aanwezig te zijn. We constateren dat een aanzienlijk deel van ons publiek ouder dan 50 jaar is, al zien we tegelijkertijd dat 'klassieke' acts ook consistent jong publiek trekken.

De beoogde nieuwbouw geeft Poppodium Boerderij mogelijkheden om diverser te programmeren en meer divers publiek aan te spreken. We ambiëren om de komende beleidsperiode meer events voor de doelgroepen 15 – 21 jaar en 21 – 40 jaar te verzorgen, mogelijk door ook op andere locaties in de stad te programmeren. We kijken verder dan de muren van Poppodium Boerderij. Daarnaast heeft de Boerderij de ambitie om bij te dragen aan festivals als het Bevrijdingsfestival. Het zou bijvoorbeeld fantastisch zijn om in samenwerking met MusicSoulHouse een talent stage te programmeren.

Voor de komende jaren zetten we in op geleidelijke groei van het aantal bezoekers. Bovenal telt echter dat de Boerderij een duurzame impact wil maken: onvergetelijke herinneringen, inspirerende evenementen, bijzondere ontmoetingen, en dat allemaal aan een zo uiteenlopend mogelijk publiek.

'Wat mij betreft is jullie popzaal veruit favoriet. Goed geluid, goed zicht op het podium, gezellig café. Absoluut de moeite waard om anderhalf uur voor te rijden.'

P. Damman
Bezoeker

5.2 MARKETING

Al jaren voert Poppodium Boerderij een actief en veelzijdig marketingbeleid, waarbij zowel traditionele als nieuwe middelen worden ingezet. De wensen en behoeften van de huidige bezoekers staan daarbij centraal, maar ook het aantrekken van nieuwe bezoekers krijgt aandacht. We streven ernaar de huidige doelgroepen uit te breiden en tegelijkertijd nieuwe doelgroepen te bereiken. Uit ervaring blijkt dat publieksuitbreiding het meest succesvol is binnen de groepen waar we nu al een band mee hebben. Het bereiken van doelgroepen die verder van het huidige publiek afstaan, vraagt meer tijd (geduld!), energie en een meer gerichte aanpak.

Naast bekende middelen zoals sociale media, nieuwsbrieven, websites (van onszelf en van de optredende bands en acts), landelijke en lokale media, uitagenda's, tv, radio, posters en flyers, blijft ook mond-tot-mondreclame via onze vrijwilligers en trouwe bezoekers een krachtig middel. Onze vrijwilligers fungeren sowieso als ambassadeurs en vergroten daarmee het bereik op een organische manier. We zien – ook met name richting nieuwe doelgroepen – interessante mogelijkheden om nieuwe bezoekers te bereiken via influencers annex ambassadeurs: 'persons they trust' die een brugfunctie vervullen van programma naar publiek.

De afstemming van de marketingmiddelen en -kanalen vereist een investering. Met de groei richting onze nieuwbouw willen we deze middelen verder uitbreiden en tevens een nog sterkere rol spelen in de culturele marketing en promotie van Zoetermeer als levendige stad.

HOOFDSTUK 6
DE CODES



6.1 GOVERNANCE CODE CULTUUR

We zijn ons ervan bewust dat veel vergelijkbare organisaties een raad van toezicht-model hanteren. Op termijn is dat mogelijk ook voor Poppodium Boerderij een optie maar vanwege de grote nieuwbouw-uitdagingen die we voor ons zien, houden we nu nog vast aan het bestuur-directiemodel. De bestuursleden ontvangen voor hun inzet geen vergoeding of vacatiegeld. De medewerkers van de Boerderij vielen oorspronkelijk onder de CAO Sociaal Werk, Welzijn & Maatschappelijke Dienstverlening, maar sinds 1 januari 2025 wordt de CAO Poppodia en Festivals toegepast. Poppodium Boerderij is lid van de Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF) en sinds 2025 ook lid van de Werkgeversvereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (WNPF).

De Boerderij heeft de ANBI-status en we hanteren de principes van de Governance Code Cultuur en de bijbehorende praktijkaanbevelingen. Er is een directiereglement en er zijn protocollen met betrekking tot belangenverstremgeling en bestuurssamenstelling. Het bestuur zet zich in voor transparantie en er bestaat een interne taakverdeling.

Sociale veiligheid

We realiseren ons dat de sociale veiligheid in een culturele organisatie van belang is, zeker wanneer, zoals het geval is met Poppodium Boerderij, er veel jonge mensen bij ons als medewerker of vrijwilliger betrokken zijn. De Boerderij kent een voormalig bestuurslid als vertrouwenspersoon en we communiceren dit online en in handboeken en protocollen. Daarnaast zijn we aangesloten bij de landelijke campagne Ben je oké? en via de VNPF branchevereniging sluiten we aan bij andere initiatieven op dit gebied. Alle vrijwilligers ontvangen een briefing en een vrijwilligershandboek waarin we

onze positie duiden en voorzien in beleid voor klachten- en integriteitsprocedures.

6.2 DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Het is onze missie om zoveel mogelijk mensen bijzondere activiteiten te bieden, voor iedereen open te staan en zoveel mogelijk mensen te betrekken bij wat we doen. Zo'n 'iedereen is welkom'-intentie is mooi, maar dat betekent niet dat het allemaal verder vanzelf gaat. Een laagdrempelig programma samenstellen en aanbieden is één ding, het betekent nog niet automatisch dat werkelijk iedereen over de vloer komt en zich gerepresenteerd voelt. We zijn ons ervan bewust dat een divers personeelsbestand en het aanspreken van een werkelijk divers publiek continue processen zijn en dat we doorlopend gespitst moeten blijven op onze 'tone of voice', de inhoud van onze events, de partners die we betrekken en de samenstelling van onze personeels- en vrijwilligersbestand. Om ons fundament te versterken gaan we uit van de vier P's uit de Code Diversiteit & Inclusie:

Programma

Onze programmering weerspiegelt dat popcultuur van nature divers is en mensen verbindt. We bieden ruimte aan uiteenlopende genres – van progressive rock tot soul, van blues tot djent – én aan nicheprogrammering en nieuwe makers. Evenementen als Queer Poetry Night, concerten met doventolken en gratis podiumcafé-avonden tonen onze inzet om drempels weg te nemen. We hebben

een aantal initiatieven waarmee we jong lokaal talent presenteren: daarvoor is het animo altijd groot.

Publiek

Ons publiek varieert van trouwe progrockfans tot jongeren die hun eerste optreden meemaken, van internationale bezoekers tot buurtbewoners. We streven naar breed bereik, niet alleen in leeftijd en achtergrond, maar ook in toegankelijkheid. Daarom organiseren we ook betaalbare of gratis events, werken we samen met maatschappelijke organisaties en zorgen we voor voorzieningen die mensen met een beperking welkom heten. Met de nieuwbouw – inclusief een grote en een kleine zaal – vergroten we onze toegankelijkheid en flexibiliteit, en kunnen we zowel intieme optredens als grootschalige evenementen aanbieden.

Personeel

Diversiteit en inclusie gelden ook voor onze medewerkers en vrijwilligers. We hebben een klein team aan medewerkers, die vaak al geruime tijd voor Poppodium Boerderij werken, en dat divers is in sekse, oriëntatie en leeftijd. Met ruim 120 vrijwilligers – groeiend naar 180 tot 200 – vormen we een afspiegeling van de stad. Mensen van verschillende leeftijden, achtergronden en ervaringsniveaus werken samen achter de bar, in de techniek en bij de publieksbegeleiding. We investeren in trainingen, veilige werkomstandigheden en ontwikkelkansen, zodat iedereen zich gewaardeerd voelt. Onze cultuurcoach verbindt jongeren en opkomend talent aan de Boerderij, waardoor nieuwe generaties zich thuis voelen in onze organisatie.

Partners

Samenwerking is essentieel om inclusie te realiseren. We werken met de B6-culturele basisinstellingen, (muziek)scholen en maatschappelijke organisaties. Deze partnerschappen maken het mogelijk om activiteiten te creëren die aansluiten bij diverse gemeenschappen en die uiteenlopende publieksgroepen bereiken. Door structurele samenwerking zorgen we ervoor dat onze inzet voor diversiteit en inclusie diep verankerd blijft in de stad.

In een tijd van polarisatie willen we een plek zijn waar verschillen wegvallen. Een huis waar iedereen zichzelf kan zijn, waar nieuwe ontmoetingen ontstaan en waar muziek de verbindende taal is. Zoals Yvon van den Bosch, vrijwilliger sinds 2022, het omschreef: *'Dat je binnenkomt en denkt: ik ben thuis.'*

6.3 FAIR PRACTICE CODE

Poppodium Boerderij onderschrijft en past de Fair Practice Code toe als leidraad voor eerlijk, transparant en duurzaam werken. Dat betekent dat wij ons inzetten voor goede arbeidsomstandigheden, een veilige werkomgeving en eerlijke beloning voor iedereen die bijdraagt aan onze organisatie. Sinds 1 januari 2025 hanteren wij de CAO Poppodia en Festivals, waarmee we aansluiten bij sectorbrede afspraken over loon, werktijden en sociale veiligheid. Daarbij vinden we het belangrijk dat alle betrokkenen, ongeacht functie of ervaring, toegang hebben tot ontwikkelmogelijkheden, zoals trainingen, branche-evenementen en workshops.

Ook richting artiesten hanteren we een transparant beleid rond gages, rider-afspraken en promotie-inspanningen, waarbij we oog hebben voor zowel gevestigde namen als opkomend talent. Gevestigde artiesten ontvangen een marktconforme fee die de normen van de Fair Practice Code altijd duidelijk overstijgt.

In de popsector worden momenteel (mede door ketentafel popmusici van PACCT en de VNPF) normen ontwikkeld die zowel recht doen aan fair pay alsook aan de ontwikkelingsfunctie die poppodia hebben voor jong talent dat nog dicht op een amateurstatus zit. Dat betekent dat gewerkt wordt met fases van ontwikkeling waarbinnen jonge popacts eerst alleen een onkostenvergoeding ontvangen, en steeds verder doorgroeien naar een professionele fee. Poppodium Boerderij volgt de ontwikkeling van deze normering nauwgezet.

HOOFDSTUK 7
ZAKELIJKE BORGING



In vergelijking tot andere culturele instellingen realiseert Poppodium Boerderij een hoog aandeel aan eigen inkomsten, onder andere door de verkoop van tickets, horeca inkomsten en sponsoring. Daarnaast is er een aandeel van circa 29% aan gemeentelijke en landelijke overheidssubsidies en zijn er incidenteel fondsenbijdragen.

Deze spreiding van inkomsten is een bewuste keuze. Het hoort bij een poppodium om ondernemend te zijn en kansen te benutten. We zijn ons er bewust van dat een hoog percentage eigen inkomsten heel positief is, Maar het is ook conjunctuurgevoelig, en dan spelen tevens stijgende energielasten en loonkosten een rol. Dat is zeker een reden om de komende jaren in te zetten op meer inkomsten uit verhuur en om daarnaast sterker in te zetten op de loyaliteit van onze vaste bezoekers. We beperken dit risico tevens door, naast gemeentelijke subsidies, landelijke subsidies aan te vragen. De komende jaren oriënteren we ons verder over dergelijke fondsondersteuning.

Naast dergelijke risico's op het gebied van financiën zien we beperkte risico's voor onze bedrijfsvoering vanuit regelgeving rondom horeca en geluidsoverlast. We beseffen wel dat de kwetsbaarheid van het team van medewerkers relevant is: om ons huidige aanbod te faciliteren is een uitbreiding van de formatie al noodzakelijk, en zeker wanneer we willen groeien.

TOT SLOT

Met dit meerjarenplan kijkt Poppodium Boerderij vol vertrouwen naar de toekomst en bouwen we verder aan een poppodium waar muziek verbindt, inspireert en verrijkt. Onze dank gaat uit naar Pieter van Adrichem, die met zijn kennis en betrokkenheid een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van dit plan. Met een stevige basis, een breed netwerk en een duidelijke ambitie zijn wij klaar voor de volgende stap: een toekomst waarin Poppodium Boerderij dé plek blijft waar muziek leeft.

FOTO CREDITS: 1. Martijn Adegeest / Scriptless 3. Martijn Adegeest / Scriptless 5. Marcel Boshuizen 9. Martijn Adegeest / Scriptless 15 Martijn Adegeest / Scriptless 16. Arie van Hemert / Aryscary Photography 19. Arie van Hemert / Aryscary Photography 21. Martijn Adegeest / Scriptless 25. Marcel Boshuizen

Poppodium Boerderij, Amerikaweg 145, 2717 AV Zoetermeer

